

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

BRUNA TORRES CARVALHO

Imersão Virtual e Cultura: Desvendando a Influência de '*World of Warcraft*' na
Dinâmica Cultural Brasileira

Porto Alegre
2023

BRUNA TORRES CARVALHO

Imersão Virtual e Cultura: Desvendando a Influência de '*World of Warcraft*' na
Dinâmica Cultural Brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial à
obtenção do título de Bacharel em
Biblioteconomia da Faculdade de
Biblioteconomia e Comunicação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa
da Silva
Coorientadora: Ma. Amanda Santos Witt

Porto Alegre

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos André Bulhões Mendes

Vice-Reitora: Prof.^a Dr.^a Patrícia Helena Lucas Pranke

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Prof.^a Dr.^a Ana Maria de Moura

Vice-Diretora: Prof.^a Dr.^a Vera Regina Schmitz

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Prof.^a Dr.^a Rita do Carmo Ferreira Laipelt

Chefe Substituta: Prof.^a Dr.^a Samile Andréa de Souza Vanz

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

Coordenadora: Prof.^a Dr.^a Maria Lúcia Dias

Coordenador Substituto: Prof.^a Dr.^a Helen Rose Flores de Flores

CIP - Catalogação na Publicação

<p>Carvalho, Bruna Torres Imersão Virtual e Cultura: Desvendando a Influência de 'World of Warcraft' na Dinâmica Cultural Brasileira / Bruna Torres Carvalho. -- 2023. 59 f. Orientador: Fabiano Couto Corrêa da Silva.</p> <p>Coorientadora: Amanda Santos Witt.</p> <p>Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Biblioteconomia, Porto Alegre, BR-RS, 2023.</p> <p>1. World of Warcraft. 2. Cultura Gamer Brasileira. 3. Jogos Eletrônicos. 4. Educação. 5. Cultura Digital. I. Silva, Fabiano Couto Corrêa da, orient. II. Witt, Amanda Santos, coorient. III. Título.</p>
--

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO

Rua Ramiro Barcelos, nº 2705, Prédio 22201.

CEP: 90035-007 Porto Alegre - RS

Telefone: (51) 3308-5067

E-mail: fabico@ufrgs.br

BRUNA TORRES CARVALHO

Imersão Virtual e Cultura: Desvendando a Influência de '*World of Warcraft*' na Dinâmica Cultural Brasileira

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Biblioteconomia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
Orientador: Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa da Silva
Coorientadora: Ma. Amanda Santos Witt

Aprovada em: Porto Alegre, 7 de fevereiro de 2024.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Fabiano Couto Corrêa da Silva – Orientador
PPGCIN - UFRGS

Prof. Dr. - Leolíbia Luana Linden - Examinadora
UFRGS

Esp. Renata de Souza Borges – Examinadora
Biblioteca Pública Municipal Josué Guimarães, CRB 10/1922

AGRADECIMENTOS

Não foi fácil escrever este trabalho, mas chegar nesse ponto não seria possível sem uma base, então meu agradecimento eterno ao meu filho, Antonio, por ter sido meu alicerce nesses anos de graduação.

Ao longo dessa jornada contei com o apoio dos melhores amigos que uma pessoa poderia querer e por toda paciência, conselho e carinho agradeço, de coração, ao Kelvin, Larissa e Jênifer. Vocês são as melhores pessoas que conheci na vida.

A minha família e companheiro por entenderem meus surtos e minha distância. Por todo o apoio e ajuda oferecida nesses anos, não teria chego aqui sem vocês.

Aos meus amigos de game pelas risadas e distrações: Khemy, Escamosa, Azulna, Linzertbrezz, Minay, Gardena e especialmente a Nena que influenciou no tipo de jogadora que sou hoje. Contem sempre com essa healer nas empreitadas de vocês.

A duas bibliotecárias que fizeram parte dessa trajetória, Marioni e Renata, por me mostrarem o tipo de profissional que almejo ser. Ainda quero ser como vocês quando crescer.

Aos meus orientadores Fabiano e Amanda, por serem meus mestres nessa gameplay.

A todos vocês meu muito obrigado por serem meu apoio e me manterem equilibrada nessa conclusão de fase.

RESUMO

Este estudo é uma análise da representatividade da cultura brasileira inserida no jogo *World of Warcraft* e de sua influência na busca por conhecimento e valorização da cultura pelos jogadores. De caráter exploratório e descritivo a pesquisa possui abordagem qualitativa e quantitativa. A pesquisa revela um alto engajamento entre a comunidade *gamer* nas redes sociais, demonstrando o papel significativo dos jogos eletrônicos na cultura digital contemporânea. Os resultados indicam que o "*World of Warcraft*" serve como uma plataforma para a promoção da leitura e do conhecimento coletivo, destacando sua contribuição para a cultura *gamer* brasileira. A conclusão sugere que os jogos eletrônicos, particularmente o "*World of Warcraft*", são ferramentas potenciais na educação e na disseminação da cultura, incentivando a reflexão sobre seu papel na sociedade brasileira e identificando desafios e oportunidades para pesquisas futuras.

Palavras-chave: World of Warcraft, Cultura Gamer Brasileira, Jogos Eletrônicos, Educação, Cultura Digital.

ABSTRACT

This study is an analysis of the representativeness of Brazilian culture in the game World of Warcraft and its influence on players' search for knowledge and appreciation of culture. It is exploratory and descriptive in nature, with a qualitative and quantitative approach. The research reveals a high level of engagement among the gamer community on social networks, demonstrating the significant role of electronic games in contemporary digital culture. The results indicate that "World of Warcraft" serves as a platform for promoting reading and collective knowledge, highlighting its contribution to Brazilian gamer culture. The conclusion suggests that electronic games, particularly "World of Warcraft", are potential tools for education and the dissemination of culture, encouraging reflection on their role in Brazilian society and identifying challenges and opportunities for future research.

Keywords: World of Warcraft, Brazilian Gamer Culture, Electronic Games, Education, Digital Culture.

LISTA DE ABREVIações

BG	Campo de Batalha
BGS	Brasil Game Show
BNL	Brookhaven National Laboratory
CBGE	Confederação Brasileira de Games e Esports
CCXP	Comic-con Experience
CI	Ciência da Informação
HQ	História em quadrinho
MMO	Massive Multiplayer Online
MMORPG	Massive Multiplayer Online Role-Playing Game
NPC	Personagem não-jogável
PC	Computador Pessoal
PGB	Pesquisa Gamer Brasil
PvP	Jogador x Jogador
RPG	Role-Playing Game
WoW	World of Warcraft

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Perfil geral do gamer brasileiro.....	16
Figura 2: A rainha de azeroth	17
Figura 3: Classificação mundial.....	18
Figura 4: Tennis for two.....	23
Figura 5: Localização	43
Figura 6: Conquistas	44
Figura 7: Percentual de interesse.....	49
Figura 8: Interesse da comunidade	50
Figura 9: Referência a memes	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Dinâmica.....	26
Quadro 2: Mecânica	27
Quadro 3: Componentes	27
Quadro 4: Áreas afetadas pela ação de jogar	29
Quadro 5: Raças do jogo.....	33
Quadro 6: Classes do jogo	35
Quadro 7: Indicadores empregados na análise dos dados.....	42
Quadro 8: Conquistas musicais.....	44
Quadro 9: Falas de NPC	45
Quadro 10: Personagens da Literatura	47

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	OBJETIVOS	13
2.1	OBJETIVO GERAL	13
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
3	JUSTIFICATIVA	14
4	REFERENCIAL TEÓRICO	15
4.1	CULTURA GAMER NO BRASIL	15
4.1.1	Cultura brasileira: breves apontamentos sobre o brasil	19
4.1.2	Jogos eletrônicos e cultura digital	22
4.1.3	Gamificação	25
4.1.4	O que é ser gamer	30
4.2	WORLD OF WARCRAFT.....	32
4.2.1	Introdução ao game	33
4.2.2	Imersão	37
4.2.3	Localização pt-br	39
5	METODOLOGIA	41
6	RESULTADOS	42
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
	REFERÊNCIAS	56

1 INTRODUÇÃO

A evolução dos jogos eletrônicos desencadeou uma revolução cultural e tecnológica expandindo-se além dos tradicionais jogos de mesa para plataformas como *consoles*, computadores, *tablets* e celulares. Esta diversidade oferece uma ampla gama de experiências, desde jogos de estratégia e raciocínio até narrativas imersivas em mundos fantásticos. Os formatos variam, permitindo experiências solo em jogos *single-player* ou interações sociais em ambientes *multi-player*, *online* ou *offline*. Entre estes, os *Role-Playing Game* (RPG) tipo de jogo onde os jogadores interpretam seus personagens e vivenciam a narrativa em que está inserido destacando-se, assim, pela profundidade narrativa e a capacidade de engajamento, enquanto os *Massive Multiplayer Online* (MMO) conectam jogadores de todo o mundo em experiências simultâneas através de sua conectividade com a *internet*.

Quem não faz parte da comunidade *gamer* pode ver esse universo de uma maneira pejorativa, pois estar por muito tempo na frente da tela de um computador pode dar a impressão de que a vida virtual está se sobrepondo à realidade, o que, em grande parte das vezes, não é o caso.

Muitos jogadores já devem ter ouvido as seguintes frases: “para de jogar e vai ler um livro” e “para de jogar e vai estudar”; mas e se pudéssemos unir o útil ao agradável? Os jogos eletrônicos são vistos como distração ou um passatempo, entretanto é uma zona criativa que pode estar repleta de referências culturais desconhecidas pelo público que não os joga, além de permitir o hábito de socialização entre seus jogadores.

Dito isto, este trabalho foca nos *Massive Multiplayer Online Role-Playing Game* (MMORPG), uma fusão entre RPG e MMO que oferece uma imersão narrativa e social única sem restrições de tempo ou espaço. A particularidade deste estudo é o *World of Warcraft* (WoW), um MMORPG notável por integrar aspectos da cultura brasileira em sua tradução e dublagem, um feito raro neste gênero. A pesquisa visa explorar como essa representatividade cultural no WoW afeta a percepção e o engajamento dos jogadores brasileiros, questionando se os jogos eletrônicos podem ser um meio de aprendizado e promoção da leitura, e se podem ser considerados como uma parte legítima da cultura brasileira. A questão central é entender o impacto da representação cultural brasileira em um dos mais antigos e populares jogos *online* e como isso

influencia os jogadores na busca por conhecimento e na valorização da própria cultura.

2 OBJETIVOS

Nesta seção delineamos os objetivos específicos que orientam este estudo. Eles são fundamentais para aprofundar nossa compreensão sobre como o "World of Warcraft" incorpora aspectos da cultura brasileira em sua estrutura e narrativa. Estes objetivos nos guiarão na exploração do impacto dessa representatividade na comunidade de jogadores brasileiros, no potencial educativo dos jogos eletrônicos, na eficácia da localização linguística e cultural para o engajamento dos jogadores e na avaliação da relevância dos jogos eletrônicos como parte integrante da cultura brasileira.

2.1 OBJETIVO GERAL

Analisar como a gamificação pode ser usada como uma ferramenta representativa da cultura brasileira.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analisar a Incorporação e Impacto da Cultura Brasileira no "World of Warcraft"

Este objetivo envolve a análise detalhada de como elementos culturais brasileiros são integrados no jogo "World of Warcraft". Além disso, busca-se avaliar as reações e o impacto dessa representatividade brasileira na experiência dos jogadores no Brasil, utilizando análises de fóruns, redes sociais e entrevistas para compreender a percepção da comunidade de jogadores.

2. Explorar o Potencial Educativo e do Impacto da Localização Linguística e Cultural

Este objetivo combina a investigação do potencial educativo e informativo dos jogos eletrônicos, com foco no "World of Warcraft", em termos de promoção da leitura e interesse pela cultura brasileira. Inclui também a avaliação do impacto da localização linguística e cultural no engajamento e retenção dos jogadores, com ênfase nas estratégias de localização empregadas e como elas influenciam a experiência de jogo.

3. Explorar a contribuição dos Jogos Eletrônicos para a Cultura Brasileira

Este objetivo propõe uma discussão sobre como a inclusão de elementos culturais brasileiros em jogos eletrônicos globalmente populares, como o "World of Warcraft", pode influenciar a percepção dos jogos eletrônicos como uma forma legítima de expressão cultural no Brasil. Visa destacar o papel dos jogos eletrônicos na cultura brasileira e explorar como eles podem ser reconhecidos e valorizados como parte integrante da expressão cultural do país.

3 JUSTIFICATIVA

Com o olhar para o campo da Ciência da Informação (CI), podemos destacar Barwick, Dearnley e Muir (2011), afirmando que os videogames possuem um significado cultural, pois eles refletem mudanças, tendências e particularidades da sociedade. Ainda pensando em sociedade, para Ribeiro e Almeida Júnior (2022) destaca-se que a informação está imersa nas relações e interações entre os indivíduos e ela. Assim sendo, os jogos eletrônicos se tornaram uma nova forma de comunicação humana, capazes de auxiliar no desenvolvimento do pensamento crítico e na construção de um conhecimento coletivo. Segundo Couto e Matsuguma (2012) o preconceito que gira em torno dos jogos impedem que estes sejam tratados com a devida seriedade e respeito impedindo, assim, o aproveitamento de todo o seu potencial.

O trabalho se justifica para mostrar que os jogos eletrônicos podem unir entretenimento e aprendizado, incentivando a leitura e a busca pelo conhecimento, em específico o WoW por ter sido traduzido e inserido a cultura brasileira em um jogo de origem estrangeira. A cultura *gamer* cresce a cada dia no Brasil e não são muitos os jogos que temos traduzidos e localizados, nesse sentido, o jogo estando em português e agregando elementos da nossa cultura, como a literatura e a música, isso pode também incentivar a leitura e a pesquisa. Um jogo em inglês não favorece a leitura para aqueles que não possuem domínio de tal língua, salvo os que procuram em jogos a oportunidade de aprendizado, mas em português, sim. E as alusões que o jogo faz promove a busca por mais descobertas, além do compartilhamento desse conhecimento entre a comunidade.

O interesse pelo tema parte da experiência desta estudante que explora, há muitos anos, o universo *gamer* e passou a se questionar sobre as relíquias encontradas dentro do WoW. Estar jogando e encontrar uma referência brasileira dentro deste jogo, sendo o mesmo estrangeiro, gera curiosidade, pois as referências não conhecidas ou as palavras cujo significado não sabia eram pesquisadas tornando o jogo ainda mais agradável e prazeroso. Houve um aumento e melhoria do meu vocabulário, pois o WoW encontrou um equilíbrio entre o português culto e o coloquial. Palavras como regicida, vileza, exício, armipotente, dentre outras, fizeram-me perceber a indispensabilidade do dicionário, da influência que o jogo exerceu em

buscar curiosidades sobre meu país, principalmente sobre os memes que não conhecia, como o Et Bilu e Jeremias.

4 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção é apresentado o referencial teórico que embasa o trabalho e fornece os subsídios para discutir o tema proposto. Dessa forma, abrange os conceitos de jogos eletrônicos, gamificação e cultura *gamer* no Brasil, analisando o significado de ser *gamer*, bem como o jogo *World of Warcraft*, objeto deste estudo.

4.1 CULTURA GAMER NO BRASIL

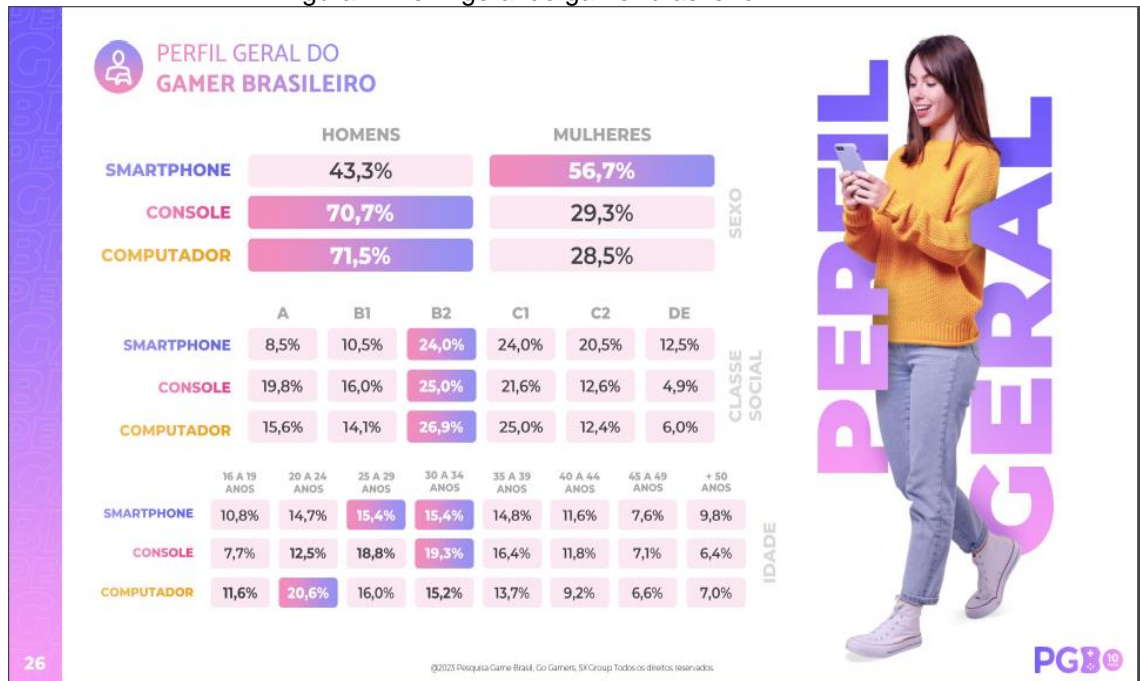
O primeiro *console* lançado, e comercializado, foi o *Odyssey*, em 1972 que chegou ao Brasil apenas no final da década de 70, mas esse foi um catalisador para a febre no consumo de jogos eletrônicos. Os jogos, hoje, são uma fonte relevante de entretenimento para o público brasileiro, e está, cada vez mais, presente na vida cotidiana.

Em 2023 foi divulgada a 10^o edição da Pesquisa Gamer Brasil (PGB), concluindo que, com base em sua amostra de pesquisa, 70,1% dos brasileiros têm o costume de jogar jogos eletrônicos e uma parte significativa os aponta como sua principal fonte de entretenimento e diversão (Figura 1). As mulheres representam 46,2% dos jogadores, enquanto o público masculino soma 53,8%. Geralmente o perfil *gamer* é associado ao público masculino, mas esse resultado demonstra que há jogos para todos os gêneros, pois a diferença entre os dois é mínima e nas edições anteriores as mulheres dominavam nesse quesito.

A faixa etária é variada dentre as idades de 16 a mais de 50 anos, o que implica que não há uma idade “certa” para jogar. Com o crescente aumento do uso dos *smartphones* há jogos disponíveis para crianças a partir de 2 anos, com temas lúdicos e voltados para educação e desenvolvimento cognitivo.

O gosto pelo suporte é variado, as mulheres tendem a gostar mais de *smartphones*, enquanto o público masculino é dividido entre *consoles* e computadores.

Figura 1: Perfil geral do gamer brasileiro



Fonte: PGB

Entretanto, o perfil do jogador não está restrito apenas ao ato de jogar. Atualmente todos estão conectados. A *internet* não é algo que necessita de cabos e uma conexão dentro de suas residências. Hoje ela está na rua, no parque, no ônibus e até na fila do banco. É muito comum nas sociedades contemporâneas, ver em seus espaços públicos usuários conectados em rede em seus dispositivos, seja lendo notícias, conversando, produzindo informação, além de acessar diferentes áreas virtuais. As redes sociais, são locais de interação social, trocas de experiências, produção de conhecimento e mobilização (Araújo; Vilaça, 2016).

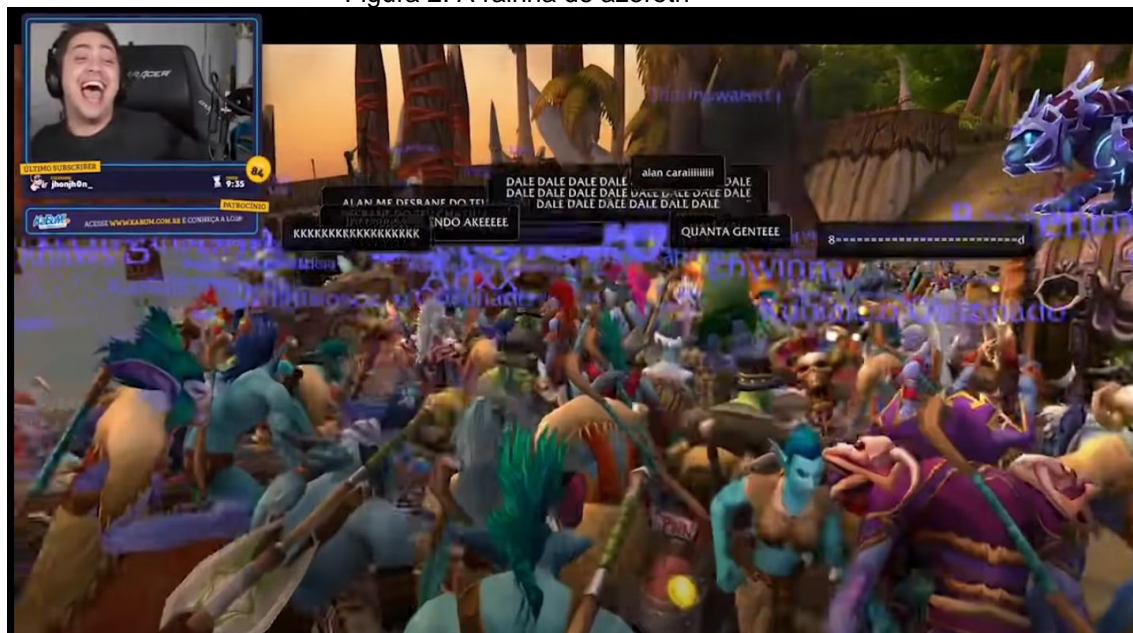
Com o uso das redes sociais, muitas comunidades foram criadas dentro do *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* para comentar sobre jogos. Além de plataformas como *Youtube* e *Twitch* para assisti-los.

Há também os *sites* das próprias desenvolvedoras de jogos que fornecem atualizações e novidades sobre seus lançamentos. Ou seja, há um consumo que vai além do jogar, é a busca por conteúdo como complemento ao jogo. É se envolver, participar e se sentir integrado dentro desse meio.

E essas correntes de informação servem como influenciadores para o consumo de jogos digitais. Um exemplo disso é aparente num evento que aconteceu em 2019, provocado pelo *streamer* Alanzoka. Em uma *live* na *Twitch*, ele convidou seus

espectadores para iniciar uma *gameplay* (jogar o jogo) de WoW. O evento consistia em criar um personagem novo, pelo lado da Horda, e juntos invadirem a cidade da facção oposta. Uma atividade simples, mas que conseguiu reunir centenas de jogadores dentro do jogo (Figura 2), além dos milhares que assistiram e participaram do evento através do bate-papo na plataforma.

Figura 2: A rainha de azeroth



Fonte: Screenshot do Youtube Alanzoka (2019)

O vídeo completo está disponível no *Youtube*¹ (A nova rainha de azeroth, 2019), mas observa-se que esse entrosamento foi impactante para todos os presentes, pois uma pessoa, uma única pessoa, conseguiu mobilizar e unir centenas sem um objetivo inicial, apenas com a proposta de diversão.

A *Twitch* é uma plataforma onde é possível assistir transmissões sobre diversos assuntos, e a partir disso os *E-sports* (esportes eletrônicos) ganharam visibilidade. *E-sports* são campeonatos oficiais de jogos eletrônicos, onde jogadores profissionais e amadores competem individualmente ou em equipes e que contam com transmissão ao vivo do evento. O isolamento social causado pela pandemia contribuiu para a expansão deste mercado, pois o uso da plataforma *online* favoreceu assisti-los a qualquer momento, em qualquer lugar e em qualquer dispositivo.

Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yzCJdQhimh4>

No Brasil existe a Confederação Brasileira de Games e Esports (CBGE) uma organização que “[reúne] federações estaduais, ligas, clubes e atletas filiados para o desenvolvimento do setor de jogos eletrônicos, competições e da indústria de games, promovendo projetos educacionais, sociais e esportivos”.

Esses são dois exemplos de como a influência *gamer* impulsiona esse mercado no Brasil, já que atrai diversas pessoas para esse segmento, instigando jogadores ativos e empolgando novos jogadores a começar. Em números, é possível perceber, segundo a consultoria Newzoo (2023), que o Brasil está em 10º lugar no *ranking* mundial de consumo de jogos (Figura 3), com mais de 100 milhões de jogadores que gastaram 2,6 bilhões de dólares no ano de 2022.

Figura 3: Classificação mundial

	Market	Revenue (USD)	Players
1.	 United States	46.4B	209.8M
2.	 China	44.0B	699.6M
3.	 Japan	19.1B	73.4M
4.	 South Korea	7.4B	33.3M
5.	 Germany	6.5B	49.5M
6.	 United Kingdom	5.5B	38.5M
7.	 France	4.1B	38.8M
8.	 Canada	3.3B	22.0M
9.	 Italy	3.1B	36.1M
10.	 Brazil	2.6B	102.6M

Fonte: Newzoo (2022)

O *ranking* exposto acima aponta uma perspectiva para que o mercado brasileiro avance ainda mais neste setor. Os dados apontam os Estados Unidos e a China como os maiores consumidores no mercado de jogos. Comparando aos anos anteriores o Brasil se manteve em 10º lugar, entretanto manteve sua posição nos últimos 4 anos, enquanto Itália superou a Espanha a tirando do top 10. Os jogos, que antes eram vistos como “brincadeira de criança”, transformou-se numa indústria

multibilionária. E com seu número expressivo de jogadores a tendência é ganhar, cada vez mais, importância nesse mercado.

Diversos eventos giram em torno da cultura do *game*. No Brasil temos o Brasil Game Show (BGS), realizado em São Paulo desde 2010, uma feira anual sobre videogames que reúne as principais empresas do segmento, abrindo assim espaço para os estúdios independentes nacionais, além de divulgar os grandes lançamentos desse mercado (BGS, c2023) e o *Comic-con Experience* (CCXP), maior evento de cultura pop e *geek* do país, que dispõe de uma *Game Arena*, uma área montada exclusivamente para os apaixonados por jogos.

Para o setor acadêmico há o SBGames, o maior evento acadêmico da América Latina, realizado pela Sociedade Brasileira de Computação. Composto, segundo seu *site*, pelos seguintes segmentos: computação, artes e *design*, indústria, cultura e educação, e reúne professores, pesquisadores, estudantes e empresários que possuem os jogos como objeto de investigação e produto de desenvolvimento (SBGAMES, c2023). Além de vários eventos regionais que acontecem em muitos estados brasileiros.

Logo, a cultura do *game* no Brasil vem conquistando cada vez mais espaço e seguidores. Ela foi além do jogar apenas como brincadeira, é uma forma de identificação que reúne pessoas de todos os gêneros e classes que possuem um elo em comum, o jogo. Neste campo, o Brasil se destacou no *ranking* mundial, movimentou a economia e segue atraindo pessoas a cada segundo.

4.1.1 Cultura brasileira: breves apontamentos sobre o brasil

Segundo Santos (2006) a cultura, em termo geral, pode abranger muitos significados. Costumeiramente ela é vinculada a estudo e formação e também se relaciona a manifestações artísticas, teatro, pintura, escultura e música podendo ser associada a elementos midiáticos, como rádio, televisão e cinema; além de eventos religiosos, festas tradicionais, lendas, crenças de um povo, comida e língua.

Ainda, o autor alega a existência de dois tipos de cultura: cultura dominante (alta cultura), um campo extremamente amplo para definir a cultura de uma nação, povo e sociedade como um todo, sendo difícil operacionalizar e a segunda que considera como cultura todas as maneiras da existência humana. Contudo, não há

como entender a cultura de maneira tão isolada, pois suas definições se complementam e são uma totalidade das características de cada sociedade.

Franz Boas (1911) pontua a questão da diversidade cultural utilizando a análise comparativa para compreender determinada cultura, uma vez que esta é fruto das interações entre pessoas em determinado contexto histórico e geográfico nos quais estão inseridas. Assim, quando se pensa em cultura, deve-se considerar o cenário do qual ela faz parte abrangendo aspectos históricos e geográficos.

O Brasil é internacionalmente conhecido por três características: carnaval, futebol e samba, mas por ser diverso e miscigenado, há muito mais características que evidenciam sua diversidade cultural. O Brasil é dividido em 26 estados e Distrito Federal. Cada estado possui suas particularidades, seus sotaques, seus costumes, sua música, dentre tantas outras peculiaridades.

É vasta as formas de manifestações culturais que há no Brasil. Para Damatta (1986) “comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se”, no campo da culinária é visto através dos pratos típicos de cada região, pratos como churrasco, vatapá, moqueca e baião de dois, não são apenas alimentos, são parte da cultura de uma região.

Ainda segundo o autor a sociedade alterna suas vidas entre rotinas e ritos e são as festas populares que permitem ir ao extraordinário, onde posições sociais são esquecidas e todos se harmonizam de maneira igualitária. Diversos são os festivais nacionais que ocorrem em cada região do país, tais como o Carnaval, que atrai turistas de todo o mundo, as festas juninas, Festival de Parintins que acontece no Amazonas, a Oktoberfest que acontece na região sul do país.

A população é majoritariamente cristã, entretanto religiões afro-brasileiras, como a umbanda e o candomblé, possuem um número considerável de praticantes. Há no Brasil há imagem do índio, do nordestino, do cangaceiro. Então são muitas as manifestações culturais que estão vinculadas a cultura brasileira e por isso ela não pode ser vista como uma totalidade, mas sim como a soma de várias partes.

No campo da música há diversos ritmos presentes, alguns sendo mais evidenciados em determinadas regiões, como Samba, Bossa Nova, Frevo, Baião, MPB (Música Popular Brasileira), Sertanejo, Forró, Axé, Maracatu e *Funk*.

O *Funk* chegou ao Brasil, conforme Bezerra (c2024), na década de 70, graças a Tim Maia e Tony Tornado que incorporaram ao *funk* americano elementos das músicas brasileiras, e desde então, evoluiu para o que hoje conhecemos como o *funk*

brasileiro que é reconhecido mundialmente como elemento de nossa cultura. Não há como falar do *funk* brasileiro sem lembrar da cultura das favelas, normalmente vista de forma distorcida e criminalizada, mas que faz parte da cultura brasileira. Conforme Coelho (2018), diversas manifestações culturais, incluindo grafite, passinho, *rap*, *funk*, teatro e rodas de samba, são exemplos de como um grupo pode se afirmar por meio da arte. Essas atividades não apenas permitem a sobrevivência e o suporte às famílias dos envolvidos, mas também desempenham um papel educativo e de exposição ao mundo da riqueza cultural produzida nas favelas. Apesar da falta de reconhecimento estatal, essas comunidades são destacadas como importantes centros de reflexão humana e produção cultural.

Sendo assim, a cultura da favela e do *funk* que sempre foram vistas de maneira depreciativa pela sociedade fazem parte da história do país e ambas são elementos catalisadores de mudanças em seu contexto social, não podendo ser ignoradas como parte da cultura do Brasil. Nesse sentido, por ser um estilo musical de destaque no país, a influência do *funk* ultrapassa a música e se reinventa através da moda, da formação de gostos e da identidade dos brasileiros.

A literatura está presente no Brasil desde 1500 com a escrita da carta de Pero Vaz de Caminha e ao longo da história diversos movimentos moldaram a escola literária brasileira. O período barroco, arcadismo, romantismo, realismo, naturalismo...; até chegar ao modernismo, marcado pela Semana de Arte Moderna em 1922, onde muitos escritores se destacaram, tais como Oswald de Andrade, Mário de Andrade, Manuel Bandeira, Carlos Drummond de Andrade, Rachel de Queiroz, Cecília Meireles, Jorge Amado, Guimarães Rosa, Graciliano Ramos, Vinícius de Moraes, dentre outros clássicos da literatura. Mas o que é literatura? Segundo Compagnon (1999), numa definição mais ampla, seriam todos os livros impressos (e manuscritos) presentes em uma biblioteca. No sentido restrito, seria o romance, o teatro e a poesia. No sentido moderno, a literatura é nacional. E num sentido mais restrito ainda são os grandes escritores.

Porém, vinculando literatura e leitura, elas não se encontram apenas nos clássicos ou nos livros de uma biblioteca. A leitura expandiu-se para além do suporte físico. Encontra-se em *ebooks*, *blogs*, *sites* e até em jogos. O modo como se lê passou a ser subjetivo devido a preferência do leitor.

A escolha pelo suporte ou preferência, seja por título ou por autor, não define se uma pessoa é culta ou não. Preferir um *best seller* a literatura clássica é particular ao sujeito. Preferir a narrativa de um jogo como fonte de leitura, também. Tudo está intrinsecamente ligado à cultura em que o sujeito está inserido, ela é resultado da interação entre pessoas em um ambiente comum.

4.1.2 Jogos eletrônicos e cultura digital

Os jogos fazem parte da história da humanidade. Antunes (2014) conceitua o jogo como toda e qualquer atividade que estabelece desafios aos seus participantes e uma forma de estimulação. Existem jogos para distintos públicos, do infantil ao adulto, e modalidades variadas, dentre elas, esportivos, como vôlei e futebol; cognitivos, como é o caso de xadrez e dama, e eletrônicos, que requerem elementos periféricos conectados ao aparelho (controle, teclado, computador, etc.).

Um ponto de partida para os jogos eletrônicos foi o desenvolvimento do “*Tennis for two*” criado em 1958 (Figura 4), nos Estados Unidos, pelo físico William Higinbotham, que simulava uma partida de tênis. O intuito dessa criação era fornecer uma distração para os visitantes do complexo da *Brookhaven National Laboratory* (BNL), e segundo o criador, “[...] poderia animar o lugar ter um jogo que as pessoas pudessem jogar e que transmitisse a mensagem de que nossos esforços científicos são relevantes para a sociedade” (BNL, c2023). Nunca saiu para comércio, porém, desde então, ficou claro que o computador poderia ir além dos cálculos matemáticos e ser uma fonte de entretenimento.

Figura 4: Tennis for two



Fonte: BNL

Desde o lançamento do primeiro jogo eletrônico, esse mercado cresceu exponencialmente devido ao grande número de títulos, gêneros e suportes. Andando lado a lado, os *consoles* e os jogos para computador pessoal (PC) solidificaram esse mercado, proporcionando ao usuário uma gama de escolhas.

O primeiro *console* lançado foi *Magnavox Odyssey* em 1972, e de lá pra cá iria prosperar ainda mais essa indústria. Jogos como *Atari*, *Dynavision*, *Sega*, *SuperNintendo*, *Playstation*, *Xbox*, dentre tantos outros. São ferramentas que necessitam de um controle para jogar e uma televisão, podendo, hoje, ser *online* ou não. Já o MMO surgiu através da conectividade com a *internet*, pois os primeiros jogos foram desenvolvidos exclusivamente para computador. Desta forma permitiu que jogadores de várias partes do mundo interajam em tempo real. Concedeu o poder de socialização, interatividade, cooperação, competição e, principalmente, diversão.

Kirchoff (2016) assevera que a partir dos anos de 1980 a tecnologia digital tornou-se mais acessível para uma ampla camada da população. Em razão das facilidades deste tipo de tecnologia, que favorecem a produção, a distribuição e o

consumo de informação, Kirchoff (2016) sustenta que a cultura contemporânea está gradativamente, vinculada ao computador e aos aparelhos móveis, o que culminou no uso do termo "cultura digital" para se refletir sobre a contemporaneidade. Na visão de Manovich (2001, p. 70), trata-se da cultura sendo codificada no formato digital. Portanto, a forma como a sociedade se relaciona com o consumo de informação está pontuada pelo modo de funcionamento das tecnologias e mídias digitais, alterando as práticas que, anteriormente, ligavam-se às mídias analógicas, o que inclui a leitura e a escrita (Kirchoff, 2016).

A leitura de obras digitais requer algum nível de letramento digital para sua compreensão, o que pode, inclusive, auxiliar o leitor a se questionar acerca dos cenários mais vastos nos quais a produção e o consumo das obras se desenvolvem, considerando as relações de poder imbricadas (Kirchoff, 2016).

Conforme Jenkins (2006), o manuseio simplificado de distintas plataformas de mídia impulsionou o surgimento da chamada "transmídia", que consiste em um tipo de narrativa desenvolvida através de espaços tais como, *blogs*, jogos eletrônicos, *e-books*, dentre outros. Acrescenta ainda que na narração transmidiática, cada mídia empreende suas ações da melhor forma possível, de maneira que uma narrativa pode ser realizada em um filme, na televisão, em histórias em quadrinhos ou mesmo o seu universo pode ser explorado por meio de jogos, sendo que cada autossuficiente, ou seja, para apreciar um jogo não é necessário ter assistido o filme ou livro em que este se baseou (Jenkins, 2006). Isto tem sido explorado, segundo Kirchoff (2016), pelas corporações que almejam ampliar o seu público de consumidores e também de produtores (escritores e artistas, por exemplo) com interesses em novos meios de experimentação em termos de literatura.

Assim sendo, a prática de leitura está intimamente relacionada com o mundo social do leitor. Ao longo dos anos, os jogos evoluíram na questão da quantidade de palavras inclusas em suas telas. Há jogos com pouca leitura, assim como existem jogos em que a leitura é primordial para entendê-los e proporcionar uma experiência imersiva. Esta consiste em um estado no qual o jogador desenvolve a sensação de controlar um personagem, assumindo um papel ativo no jogo (Mattar, 2010) e de fazer parte da realidade ficcional dele. Sendo assim, os jogadores são expostos a múltiplos estímulos que podem ou não se assemelhar com esquemas prévios, diante dos quais, segundo Ostermann e Cavalcanti (2011), a mente do jogador pode desistir perante o desafio ou se modificar, levando ao processo de acomodação. Ainda conforme os

autores, as acomodações impulsionam a concepção de novos esquemas de assimilação, suscitando o desenvolvimento cognitivo (Ostermann; Cavalcanti, 2011). Nesse sentido, os jogos podem ser vistos como um incentivo à leitura, não substituindo o suporte tradicional, mas agregando-se como nova estratégia para o desenvolvimento social, comunicativo e colaborativo entre os jogadores.

4.1.3 Gamificação

Os jogos abriram muitas portas e dentre elas emerge a gamificação. A gamificação surge como uma estratégia para aplicar elementos do jogo na vida cotidiana, ou seja, transformar uma atividade rotineira em algo lúdico e atraente, e deste modo motivar e engajar as pessoas na execução de tais tarefas (Brazil, 2016, p.3).

Segundo Cattivelli, Monsani e Juliani (2015, p. 74), o engajamento presente da gamificação nas atividades permite aos jogadores a sensação de imersão podendo, isso, ocasionar mudanças ou estímulos de comportamento.

Para Alves, Minho e Diniz (2014, p. 76), “a gamificação se constitui na utilização da mecânica dos games em cenários *non games*, criando espaços de aprendizagem mediados pelo desafio, pelo prazer e entretenimento”.

Muitos dos pontos aplicados em jogos podem ser convertidos para a realidade, são suas mecânicas básicas. Dentro de um jogo motivação é o ponto chave, é se interessar e progredir naquele game, é entender a funcionalidade, seja de uma classe ou do jogo em si, é buscar compreender suas nuances, tomar decisões rápidas e assertivas para vencer desafios, trabalhar em equipe e cooperar com seu time.

Exemplos de gamificação podem ser observados em diversas atividades. Ao promover um concurso de leitura ou uma feira científica, demonstra como a competitividade pode ser explorada de maneira positiva. Um sistema de recompensa, onde cada atividade concluída gera pontos a fim de obter uma recompensa final, ajuda a manter o foco naquela atividade. Uma barra de progresso torna visual o quanto o participante avançou, provocando um sentimento gratificante ao visualizar sua evolução.

Werbach e Hunter (2012) identificaram três elementos presentes nos jogos: dinâmica, mecânica e componentes; e estes elementos podem ser incorporados para

além do jogo, o que expande o número de oportunidades, são ferramentas que estão incorporadas em jogos *online* e corroboram as experiências vivenciadas neles.

A dinâmica é o mais abstrato dentre os três, não é algo passível de mudança para os jogadores, são os aspectos gerais do jogo, é o modo como ele foi desenvolvido (Quadro 1). “Ao criar um jogo (...) você pode brincar de Deus. Você é o *designer*. O caminho para pensar fora da caixa na gamificação é construir uma caixa melhor” (WERBACH; HUNTER, 2012, p. 79, tradução nossa).

Quadro 1: Dinâmica

Elementos	Descrição
Restrição	As regras do jogo, o limite que cada um tem dentro deste.
Emoções	As diferentes emoções que o jogo provoca e que influencia o jogador a continuar jogando, podendo ir do divertimento até a nostalgia.
Narrativa	A história que fundamenta o jogo e que é vivenciada pelos jogadores.
Progressão	O avanço que os jogadores têm dentro do jogo, o seu desenvolvimento
Relacionamento	Interações sociais com outras pessoas

Fonte: Werbach; Hunter (2012)

As regras dos jogos são estruturadas e claras, porém na gamificação essas regras são mutáveis em relação ao contexto ao qual será inserido. As emoções e narrativas também dependem do contexto, numa campanha de *marketing* a emoção e narrativa podem ser diferentes da gamificação aplicada ao aprendizado escolar. A progressão se dará pelo avanço individual, ou coletivo, naquela atividade. E o relacionamento são as relações formadas para conclusão do objetivo.

A mecânica (Quadro 2) é o elemento que explora o desejo, interesse e motivação do jogador. É o que orienta suas ações e comportamentos, são os mecanismos ofertados ao controle do jogador dentro do contexto daquele jogo, pois a mecânica define como essa interação jogo-jogador ocorrerá (HUNICKE, LEBLANC; ZUBEK, 2004, p. 3).

Quadro 2: Mecânica

Elementos	Descrição
Desafio	Atividades que requerem esforço e dedicação para serem concluídos
Sorte	Evento aleatório que pode influenciar em algum resultado.
Competição	Um vence, outro perde
Cooperação	União entre jogadores para atingir um objetivo comum
Feedback	Informação sobre como o jogador está, seja através de outros jogadores como pelo próprio sistema
Aquisição	Itens adquiridos para progressão e evolução do personagem
Recompensas	Benefício conseguido através de um objetivo alcançado
Transações	Trocas entre jogadores
Turnos	Participação sequencial de diferentes jogadores
Status	Caracterização de suas conquistas

Fonte: Werbach; Hunter (2012)

A mecânica define como irá decorrer a atividade. Quais desafios serão propostos, se algum evento pode ou não ser influenciado por sorte. Instiga o sentimento de competição a fim de garantir os melhores resultados, assim como motiva o trabalho em equipe. O *feedback* é essencial como um retorno dos seus avanços, as aquisições garantem sua evolução e as recompensas são formas de motivar pelo esforço empregado. Há sempre uma troca entre os participantes, nem sempre sendo os mesmos, ampliando, assim, a visão e noção do que foi proposto com o agrupamento de novas ideias, certificando assim as suas conquistas.

Os componentes (Quadro 3) são as formas que os outros elementos podem assumir. Podendo ser a junção de uma ou mais características que virá a definir o tipo de jogador que a pessoa será e qual o seu interesse.

Quadro 3: Componentes

Elementos	Descrição
Conquistas	Objetivos específicos que foram atingidos
Avatar	Identidade virtual do jogador
Emblemas	Insígnias representando uma conquista

Boss	Desafio mais difícil com a finalidade de avançar no conteúdo
Coleções	Itens acumulados no jogo
Combate	Um embate, seja com jogadores ou NPCs, com vista para vitória
Desbloqueio de conteúdo	Ao seguir e concluir a narrativa da história, novas áreas podem ser desbloqueadas a fim de continuar explorando o jogo
Presentes	Compartilhamento de recursos com outros jogadores
Classificações	Ranking dos melhores jogadores
Níveis	Progressão do jogador em relação às dificuldades dentro do jogo
Pontos	Ações que podem resultar em pontos após conclusão
Missões	Objetivos pré-definidos que devem ser completados
Gráfico Social	Uma lista de amigos que favorece a interação, é uma “representação” das redes sociais
Times	Grupos de jogadores com um objetivo em comum
Bens virtuais	Itens coletáveis ou comprados pelo jogador que possui algum valor significativo, tanto psicológico como financeiro.

Fonte: Werbach; Hunter (2012)

Os componentes variam em relação ao interesse e a personalidade do sujeito. A identidade visual é como ele será representado, qual a imagem que quer transmitir. Os *boss* (chefes) são desafios mais ousados, é arriscar em atividades que exijam um maior planejamento. Emblemas são um símbolo das suas conquistas, como um currículo, expondo as suas realizações. Então é bem particular como o sujeito irá agir para desenvolver e atingir o objetivo almejado.

A essa altura tem-se uma noção do que a gamificação preconiza. Ela pode ser aplicada em diferentes segmentos, desde educação, saúde, *marketing* e até em treinamentos corporativos, onde são transferidos os elementos vistos para aplicabilidade de atividades rotineiras com o intuito de atingir um público-alvo.

Neste trabalho, o enfoque se dará para o compartilhamento de informações que essas ações podem provocar. Segundo Karl Kapp (2012, p. 10), “a gamificação consiste em utilizar a mecânica, a estética e o pensamento dos jogos para envolver as pessoas, motivar a ação, promover a aprendizagem e resolver problemas”

Com base no que foi apontado nos quadros, nota-se uma relação jogo-realidade, pois as pessoas acabam se abrindo para aprender os conteúdos e são

motivados a se envolver nas atividades para adquirir um melhor desempenho. A questão social é fundamental, ela é responsável por criar laços e, principalmente, nas trocas de informação e conhecimento entre os jogadores. O jogo fornece uma autonomia sobre o que é conhecido e o que é procurado, o que cria um ciclo de engajamento. Independente da escolha pelo *single-player* ou *multi-player*, o jogador necessita de informação para atingir um objetivo e alcançar a motivação que aquilo pode fornecer. Informação essa localizada em *sites*, fóruns, redes sociais, vídeos e até através de conversas pelo *discord*.

Busarello (2016) compreende que o acesso a diversos caminhos para o conhecimento permite que diferentes perfis possam aprender através de métodos distintos. Ele ressalta que o conhecimento é, em grande parte, um elemento externo e compartilhado entre os indivíduos, mas enfatiza a importância do papel do indivíduo no processo de aprendizagem. A escolha do caminho para adquirir conhecimento é uma decisão pessoal, e o ambiente interativo deve ser moldado considerando as características dos indivíduos e antecipando suas ações. Além disso, Busarello aponta o gestor do conhecimento como um elemento crucial no processo, sendo responsável por promover o engajamento e influenciar a motivação do indivíduo no ambiente de aprendizagem.

Ainda conforme o autor (Quadro 4) é necessário reconhecer que a motivação para o ato de jogar abrange as áreas emocionais, sociais e cognitivas do indivíduo, pois haverá momentos em que será necessário a interação com outros jogadores, assim como tarefas complexas que exigirão um maior raciocínio para resolver.

Quadro 4: Áreas afetadas pela ação de jogar

Área Emocional	Área Social	Área Cognitiva
Denota a competência do indivíduo e se concentra principalmente sobre os conceitos de sucesso e fracasso. A sistemática de jogos parte do princípio para o aumento dos sentimentos positivos do indivíduo. O sucesso na realização das tarefas deve ser reconhecido de forma imediata pelos indivíduos.	Denota o relacionamento e interação dos indivíduos durante a utilização do sistema. Esta dimensão aborda tanto a socialização, como a colaboração e a concorrência. Entretanto estimular a concorrência pode gerar tantos resultados construtivos ou destrutivos.	Denota a autonomia do indivíduo, uma vez que, com base nas habilidades e preferências, é determinante das escolhas das tarefas. Em um ambiente que estimule o pensar como em jogos, há um complexo sistema de regras que os indivíduos devem ter que dominar, e essa experiência depende da autonomia desse

		sujeito.
--	--	----------

Fonte: Busarello (2016)

À vista disso é possível afirmar que os jogos podem moldar a vida dentro e fora do jogo. A vida *online* é uma extensão da realidade, as pessoas se conectam com seus avatares, elas se importam e se sentem representadas por eles. Deste modo a noção do “ser *gamer*” exibe uma forma mais real e significativa, pois o que é aprendido dentro do jogo, pode ser aplicado na vida real, moldando o sujeito.

A gamificação é um recurso motivacional e engajante, uma forma de atrair seu público-alvo de maneira lúdica e diferenciada. As ações de jogar afetam as áreas emocionais, sociais e cognitivas e são estimulantes para seus jogadores, pois os recursos disponíveis os incentivam a continuar. E pensando assim, a gamificação tem, ao ser implementada em outros setores como educação e bibliotecas, o poder de atrair e engajar as pessoas a interagirem e se interessarem mais por aquele espaço. É reconhecer o potencial, se bem implementado, da gamificação como recurso disponível.

4.1.4 O que é ser gamer

Ser um *gamer* vai além da utilização de jogos eletrônicos, é uma questão cultural intrinsecamente ligada à construção da identidade do indivíduo. É uma forma de se expressar que ganha cada vez mais notoriedade pela liberdade que há e pela ausência de pré-conceitos. É um espaço que possibilita ao sujeito ser aquilo que ele quiser, quando quiser e encontrar no jogo algo com o qual se identifica.

As comunidades de jogadores geralmente tendem a tornar-se permanentes, mesmo depois de acabado o jogo. É claro que nem todos os jogos de bola de gude, ou de bridge, levam à fundação de um clube. Mas a sensação de estar "separadamente juntos", numa situação excepcional, de partilhar algo importante, afastando-se do resto do mundo e recusando as normas habituais, conserva sua magia para além da duração de cada jogo (...).

O caráter especial e excepcional do jogo é ilustrado de maneira flagrante pelo ar de mistério em que frequentemente se envolve por se fazer dele um segredo. Isto é, para nós, e não para os outros. O que os outros fazem "lá fora" é coisa que no momento não nos importa. Dentro do círculo do jogo, as leis e costumes da vida cotidiana perdem validade. Somos diferentes e fazemos coisas diferentes. (Huizinga, 2007, p. 15)

O jogo é um escape da vida cotidiana, um meio de fugir dos problemas da realidade e estar imerso em mundo de fantasia e aventuras. Fato esse que cativa as pessoas a se tornarem jogadores de um jogo, poder viajar pelo mundo realizando feitiços como um mago, enfrentar batalhas como um guerreiro, ser uma bruxa poderosa, usar magias de cura como sacerdote, dentre tantas outras possibilidades. Cada usuário tem seu perfil, tanto como pessoa quanto como jogador, e os jogos eletrônicos permitem que essa subjetividade seja posta *in game*.

Mas o jogo ensina algo? Se prestar atenção em diferentes aspectos dos jogos, pode-se afirmar que ele é uma fonte de aprendizagem. Segundo Ramos e Pimentel (2021, p. 24-25) os jogos motivam e engajam os jogadores de maneira prazerosa, através da criação de um ambiente rico e diversificado onde propõem desafios e requerem uma postura ativa. Segundo os autores, os jogos partem de conhecimentos e experiências prévias dos seus usuários, além de emocionar e surpreende-los. Cada pessoa dedica horas do seu tempo nessa atividade, e isso os permite não viver apenas uma vida, mas várias.

Um *gamer* sabe que se encontrou o inimigo, significa que está indo na direção certa. E, independente do estresse, angústia e anseio, para obter tal realização é preciso lutar por aquilo. É não desistir.

Um *gamer* sabe ouvir. Muitos são os jogos que possuem um sábio, um guru, um conhecedor que orienta naquela trilha, então é fundamental parar, ouvir, entender e executar tais orientações recebidas a fim de avançar e ajudar quem precisa.

Sabe que errar é normal e mais comum do que se imagina. Ele aprende com seus erros e a cada tentativa de solucioná-los pensa, repensa e pensa novamente em diferentes maneiras de acertar. É um exercício de paciência e perseverança. Falhar é normal, mas a cada falha um aprendizado novo é descoberto e a cada aprendizado um obstáculo é superado e a cada obstáculo superado se encontra a realização da vitória.

Os jogos ensinam que para um grupo de pessoas alguns vilões não são vilões, e sim heróis. Para outras isso é inaceitável, vilão é vilão. Nesse ponto, um *gamer* sabe que todos têm sua própria opinião, ninguém pensa igual e por isso respeito é essencial. Não é preciso concordar com tudo e com todos, mas saber respeitar o pensamento de cada um.

Morrer é desanimador, mas morrer em prol de um bem maior, não é. É entender que às vezes é preciso sacrifício para que todos atinjam um objetivo. Pois morrer num

jogo é comum, morrer, ressuscitar e começar tudo de novo. Mas esse senso de percepção pensando na equipe como um ser só e não individualmente é o que torna o trabalho em equipe estimável.

Família é algo que escolhemos. Não é visto raça, classe ou lados. O jogo não isola pessoas, ele as une. Um *gamer* é um ser social que através do jogo conhece pessoas de n lugares diferentes, cria relações e fortalece laços. Um *gamer* é capaz de encontrar no jogo amigos para uma vida inteira.

Sendo assim, ser *gamer* não é ultrajante e nem merece ser depreciado. São pessoas que se reconhecem naquele espaço. Se sentem parte de algo maior, compartilham suas experiências e têm suas vozes ouvidas. Não são “viciados” em jogos, mas pessoas que encontraram naquilo a liberdade de se expressar e ser quem são livre de preconceitos.

4.2 WORLD OF WARCRAFT

WoW é um dos mais antigos MMORPGs ainda presente no mercado e que faz sucesso até os dias de hoje. Foi produzido pela Blizzard Entertainment e lançado em 2004, porém só chegou ao Brasil em 2011. WoW possui nove expansões atualmente e cada uma delas trouxe para o jogo novas experiências: raças foram incluídas, novas histórias foram contadas, mecânicas foram adicionadas e novos continentes surgiram para serem explorados. Porém, não se limita apenas ao jogo em si. WoW possui, segundo seu site oficial (BLIZZARD, c2023), onze livros, trinta e oito contos e treze HQ's. Além de um filme lançado em 2016 que está presente no catálogo da Netflix.

Pode-se perguntar, qual o segredo do sucesso? A reinvenção. Não é fácil agradar todos os públicos (gêneros e idades), principalmente num meio em que há constantes lançamentos, tanto para *smartphones* quanto para *consoles* e Pcs. WoW é um dos poucos jogos que sobreviveram neste mercado devido a coragem de se reinventar. Em cada expansão que o jogo teve não foram apenas adicionado conteúdos, toda a estrutura do jogo mudou para seguir agradando a sua comunidade. Isso proporcionou aos jogadores a liberdade para escolher qual sua preferência *in game*, além de possibilitar a imersão em diversos conteúdos e áreas dentro do jogo, consolidando assim a fidelidade dos jogadores.

4.2.1 Introdução ao game

O jogo se passa em um mundo fantasioso, Azeroth e neste reino há duas facções opostas: Horda e Aliança. A base do jogo é este conflito entre ambos os lados. Cada facção possui raças específicas e estas possuem características raciais e habilidades únicas, no quadro a seguir são vistos os tipos de raças e o resumo que o próprio jogo fornece sobre cada uma delas.

Quadro 5: Raças do jogo

Grupos	Integrantes	Descrição
Pela horda	Orc	Os poderosos orcs chegaram a Azeroth como conquistadores, mas agora lutam para restaurar a honra e suas tradições ancestrais.
	Morto-vivo	Reanimados como mortos-vivos, os Renegados erigiram um futuro audaz das ruínas de um passado sombrio.
	Tauren	Os corpulentos taurens servem à Mãe Terra que tanto amam e protegem o equilíbrio da natureza.
	Troll	Expulsos da terra natal por tribos rivais, os trolls Lançanegra encontraram na poderosa Horda importantes aliados.
	Elfo Sangrento	Sobreviventes de uma guerra brutal, os elfos sangrentos lançaram mão da magia da Nascente do Sol para reconstruir seu reino.
	Goblin	Sempre inventivos e não raros imprudentes, os goblins são conhecidos por serem engenheiros habilidosos e mercadores talentosos.
Pela Aliança	Humano	Os nobres humanos de Ventobravo encabeçam a aliança na luta contra os inimigos de Azeroth.
	Anão	Os intrépidos Anões de Altaforja são renomados exploradores que investigam os segredos ancestrais do mundo.
	Elfo Noturno	Os místicos Elfo noturnos defendem a vida selvagem de Azeroth contra quem quer que ameace a natureza.

	Gnomo	Os diminutos e engenhosos gnomos são conhecidos pela criação de incontáveis maravilhas tecnológicas.
	Draenei	Os draeneis fugiram da corrupção demoníaca e agora contribuem com sua força para a defesa de Azeroth.
	Worgen	Uma maldição transformou ou humanos de Guilnéas nos selvagens worgens, que usam a ferocidade para ajudar seus aliados.
Raças Neutras	Pandaren	Um povo curioso e espiritualizado, os pandarens amam profundamente a culinária, a criação de cervejas e aventuras.
	Dractyr	Imbuídos na magia das revoadas dragônicas, os dracthyrs combinam a engenhosidade dos mortais e o poder dos dragões.

Fonte: WoW (2023)

Cada uma das raças possuem aparências únicas e a liberdade de escolha está intimamente ligada ao fascínio que provoca. Comparando as raças, observa-se que pelo lado da Horda os personagens disponíveis são os mais próximos da existência de monstros. São seres que, muitas vezes, são encontrados nas histórias como os vilões. Um exemplo são os *orcs* que na fantasia medieval são seres horrendos, fortes e maléficos, tendo sido popularizado através das obras de Tolkien. E isso se expande para o restante. *Trolls* são seres gigantes e fedorentos, mortos-vivos não possuem alma e se encontram em vários níveis de decomposição. Ou seja, são os típicos personagens usados para assustar as pessoas.

Pelo lado da Aliança os personagens possuem um aspecto mais humano, cuja aparência se assemelha à raça humana. São personagens neutros, geralmente, ligados à força da luz. Os *worgens*, podendo ser vistos como lobisomem, são humanos que sofreram uma maldição que os transformou em metamorfos. Os gnomos são seres mais ligados à tecnologia e ao avanço dela. Em outras palavras, o jogo permite a desmistificação de pré-conceitos. Ele dá a liberdade de se transformar em um *orc* e

lutar pelo lado do bem, de ver personagens monstruosos, considerados em outras histórias como vilões, se tornando um herói em sua narrativa.

Além da facção e raça, deve-se escolher com qual classe irá jogar. O jogo dispõe de treze classes que serão vistas a seguir (Quadro 6). Cada classe é dividida em *specs* (especialização) sendo três tipos: *tank*, *healer* e *dps*.

Tanks são personagens com alta defesa, os responsáveis por estar na linha de frente nos combates. *Healers* são os curandeiros encarregados por deixar todo o grupo vivo. E os *dps* são os maiores causadores de dano.

Quadro 6: Classes do jogo

Classe	Resumo da classe	Specs
Guerreiro	Lutadores de armaduras que aspiram à perfeição no combate armado.	Tank e dps
Caçador	Estão em casa na natureza e têm uma afinidade especial com as feras. Eles contam principalmente com suas armas e seus ajudantes para causar dano.	dps
Mago	Emblemáticos praticantes de magia de Azeroth, que aprendem sua arte por meio de pesquisa e estudo intensivos.	dps
Ladino	Geralmente atuam como assassinos ou batedores, apesar de muitos agirem sozinhos. Eles espreitam inimigos ou atacam um adversário por trás para tentar eliminá-lo rapidamente.	dps
Sacerdote	Curandeiros completos com uma variedade de ferramentas. Contudo, eles também podem se sacrificar para causar dano com magia sombria.	Healer e dps
Bruxa	Lançam magia de fogo e das sombras para causar dano, drenar vida ou amaldiçoar seus inimigos. Eles [invocam] demônios como servos.	dps
Paladino	Lutadores e defensores de armadura pesada que usam magia sagrada para curar ferimentos e combater o mal.	Tank, healer e dps
Druida	Metamorfos com uma afinidade pela fauna e flora. Eles podem se especializar em curar, lançar feitiços à distância ou assumir a forma de um felino ou urso em lutas corpo a corpo.	Tank, healer e dps
Xamã	Usam o poder dos elementos para melhorar o dano da arma e seus feitiços. Eles evocam totens em combate, pequenos objetos que incapacitam inimigos, curam ou causam dano ao inimigo	Healer e dps

Monje	Conhecidos pela perícia em lutas corporais, confiando nas mãos e pés tanto quanto em suas armas.	Tank, healer e dps
Caçador de demônios	Eles são párias que usam magia demoníaca proibida para caçar e matar seus inimigos.	Tank e dps
Cavaleiro da morte	Classe corpo a corpo com ênfase em lançar doenças e usar magia negra.	Tank e dps
Conjurante	Lançadores natos que lançam feitiços dracônicos devastadores contra inimigos ou magia de cura nos aliados.	Healer e dps

Fonte: WoW (2023)

Como visto as classes possuem especializações diferentes. Nem todas podem ser *healers*, assim como *tank* e *dps*, e esta escolha está ligada ao desejo do usuário. Não havendo restrição na quantidade de avatares, o jogador pode explorar cada uma delas e encontrar aquela que será a sua preferida. Podendo optar por ser um paladino *tank* para proteger seus companheiros ou um sacerdote para curar e manter sua equipe viva. Os causadores de dano podem variar entre dano massivo, dano ao longo do tempo e suporte ao dano dos aliados. Ou seja, o jogo fornece diferentes caminhos que guiarão o jogador naquele meio, fornecendo a liberdade de se tornar aquilo que deseja.

Caetano e Lima (2012) argumentam que a personalização de personagens em jogos digitais contribui significativamente para a imersão dos jogadores nas narrativas. Eles destacam que, ao desenvolverem uma identidade própria para seus avatares, os jogadores estabelecem uma conexão mais profunda com suas representações virtuais. Isso, por sua vez, facilita uma experiência mais envolvente e imersiva na exploração do jogo e na interação com outros personagens, em comparação com a utilização de personagens pré-definidos.

As características, tanto da raça quanto da classe, apresentam uma individualidade que ao se unir a subjetividade do jogador formará o seu “eu” neste mundo virtual. Essa identidade é como uma extensão do próprio ser, pois ele passa horas jogando com um personagem que, de certa forma, o representa. Essa conexão feita entre jogador-avatar interfere no seu desempenho dentro do jogo, pois uma relação afetiva foi consolidada.

4.2.2 Imersão

Uma das principais características de um MMORPG, além da criação de um avatar, como visto anteriormente, é a interação desse personagem com a história e objetos do jogo. Demanda muito tempo e dedicação para se tornar forte e explorar tal universo.

A dinâmica do jogo é bem variada e tudo depende do perfil do jogador que irá determinar o caminho traçado. O jogo dispõe de conteúdos como *dungeons* (masmorras) e *raids* (raides), sendo estes no estilo jogador x máquina realizados em grupo, conteúdo no estilo jogador x jogador (PvP), tais como arena e Battleground (BG), sendo este último um campo de batalha; profissões e conteúdo de mapa aberto que podem ser feitos individualmente. Tais atividades moldam o perfil do jogador e baseado no artigo de Bartle (1997) essas nuances são:

- Conquistadores: não ligam muito para história. Seu objetivo é conquistar o maior *ranking* possível dentro do jogo. São pessoas fortes com um grande comprometimento em ser o melhor e sempre evoluir seus personagens ao máximo;
- Exploradores: interação é seu objetivo. Buscam interagir com a história e absorver o máximo possível do conteúdo. Saem em busca de conquistas e *Easter Eggs* (segredos);
- Assassinos: voltados para o perfil competitivo. Focados na medição de força e habilidades dentre os jogadores. Constantemente participam de PvP e duelos;
- Socializadores: mais interessados em amizade dentro do jogo. Perfil empático, se preocupam em realizar tarefas em grupos, seja para ajudar ou apenas passar o tempo com amigos.

Conquistadores podem ser vistos em conteúdos como *dungeons* e *raids*, podendo formar grupos de 5 a 40 pessoas, respectivamente. O que não é uma tarefa fácil, pois deve-se ajustar as habilidades de todos os integrantes. Então raciocínio rápido, liderança, senso de organização e conhecimento das habilidades, tanto sua como dos outros, é essencial nesse tipo de tarefa. São pessoas que procuram ser os mais fortes e sempre almejam a vitória.

Exploradores se importam com a narrativa. Entender a história e se envolver com os personagens nelas inclusos. WoW possui 9 expansões e cada uma conta uma narrativa diferente, então procuram estar a par de tudo o que aconteceu para ter uma base sólida para opinar. Capazes de defender seu lado, seja Horda ou Aliança, com uma discussão intelectual apontando fatos e narrativas. Quanto maior forem os pontos de conquistas, significa que mais tempo passou se dedicando ao jogo e descobrindo seus segredos.

Assassinos são focados em conteúdos como PvP, arena sendo um conteúdo para 3 jogadores e BG entre 10 e 40. Aqui o interesse é a vitória sobre o outro time. É ganhar ou perder. É demonstrar dominância e maestria com seu personagem.

Socializadores querem fazer amizade. Guildas são um grande exemplo disso. Elas são como grupos, há um número ilimitado de pessoas que podem fazer parte, podendo ser formada com um objetivo comum entre jogadores ou apenas com o foco de fazer amigos e se ajudarem ao longo dessa aventura.

McGonigal (2012) ressalta a eficácia dos jogos *multiplayer* em concentrar a atenção de um grupo diversificado de pessoas em um objetivo comum. Ela destaca que esses jogos fornecem os recursos e a motivação necessários para que os jogadores persigam conjuntamente uma meta, mesmo que anteriormente não demonstrassem interesse em interagir entre si.

Mas o que todos têm em comum? A informação. Quando uma pessoa inicia o jogo é possível aprender sozinha, porém se nunca teve uma experiência com esse tipo de MMORPG, pode não ser uma tarefa fácil.

Um exemplo são as profissões disponíveis dentro do WoW. O jogo dispõe de profissões que produzem armas e armaduras (alfaiataria, couraria e ferraria), comestíveis (culinária e pesca), poções e frascos (alquimia), joalheria, encantamento e arqueologia. Além das profissões de coleta, herborismo e mineração. Essas profissões estão ligadas ao comércio do jogo, pois cada item produzido pode ser vendido para outros jogadores. A casa de leilão, como é chamada, permite que os jogadores determinem como o mercado vai funcionar, ou seja, há uma inflação no jogo. Quanto maior a demanda, maiores os preços de venda e assim o jogador precisa ter uma noção de como gira a economia para poder lucrar nesse segmento. Os conteúdos de mapa aberto incluem a exploração dos reinos, assim como as *quests* (missões) que exigem uma maior atenção, pois é através da leitura e interpretação que será possível avançar na história.

Em outras palavras, o jogo fornece diferentes maneiras de interagir com ele, e muitas delas se transferem para o mundo real. A questão da economia, da leitura, da interpretação de texto, da sociabilidade e, algumas delas, por mais que não seja do interesse do jogador, incentiva a cooperação entre várias pessoas, pois ao se deparar com algum obstáculo ou dúvida em que não foi possível desvendar sozinho, pode-se recorrer aos fóruns *online* do próprio jogo, assim como *blogs*, redes sociais e *sites* destinados a ele, pois é através dessa relação com o compartilhamento de informações que a comunidade se auxilia, a fim de ajudar o próximo.

4.2.3 Localização pt-br

Diversos são os jogos que foram traduzidos para o português, essa é uma área em crescente expansão devido ao aumento do número de jogadores brasileiros. A língua do jogo, majoritariamente sendo o inglês, provoca certas dificuldades para aqueles que não possuem domínio da língua. Sendo assim a experiência em tal jogo tende a ser limitada.

Nesse ponto, tradutores têm um propósito importante que é o de garantir aos jogadores uma experiência acessível, com uma linguagem compreensível que garanta uma experiência mais plena devido a familiaridade com a língua para diferentes países.

Trindade (2003) afirma que a tradução é uma ponte entre duas culturas, pois o sentido da escrita em uma língua deve ser transposto para outro idioma que possui suas próprias características sociais e culturais. E, para isso, o tradutor deve ter em mente que não está apenas traduzindo um texto, mas sim aquele conjunto de sentido.

Assim dizendo, a tradução busca fidelidade em relação ao idioma original, ou seja, ela não pode alterar o sentido daquilo que está sendo traduzido, mas também deve ser coerente com o público alvo do seu foco.

Com esse pensamento, introduz-se a localização em *games*, que diferentemente da tradução fiel, inclui elementos característicos da língua que está sendo usada, já que, nem sempre, a tradução literal pode ter o mesmo impacto para os usuários.

Mangiron e O'hagan (2013) discutem como os sotaques nos jogos são moldados pelo contexto em que estão inseridos, observando que para dar características distintas a certos protagonistas, os sotaques regionais são

frequentemente utilizados. Eles apontam que essa abordagem, embora menos comum em outros tipos de tradução e potencialmente onerosa, é eficaz para estabelecer rapidamente a identidade do personagem na mente do jogador. Além disso, enfatizam a necessidade de compreender como tais mudanças linguísticas são recebidas pelos públicos-alvo em diferentes regiões, sublinhando a importância dos elementos linguísticos na localização de jogos.

Um exemplo dessa localização no WoW pode ser percebido através do regionalismo dos sotaques brasileiros incluídos na dublagem. É evidente através de expressões como “bah”, “barbaridade” e “tomar um mate” que os anões (não raça, mas NPCs) são gaúchos. Além do modo de fala dos *trolls* que possuem características cariocas que são distinguidas pela dublagem.

Porém, essa localização não se limita apenas aos sotaques, o jogo foi traduzido para a língua portuguesa em 2011 e desde então muitos elementos foram, e são, implementados no jogo a cada atualização, desde referências relacionadas à literatura, música e memes brasileiros. E não foi uma tarefa simples, o português não é uma língua fácil de aprender, que dirá fazer adaptações em sua tradução, porém após um árduo trabalho foi possível disponibilizar o jogo completamente traduzido para a comunidade brasileira.

O *blog* Wowgirl foi criado por um grupo de garotas *gamers* e reconhecido oficialmente pela Blizzard. Elas receberam essa mensagem dos estúdios em comemoração ao primeiro ano do Wow brasileiro:

A adaptação do jogo "World of Warcraft" para o Brasil é destacada como um esforço notável e possivelmente o maior projeto de adaptação de um objeto cultural para o idioma português até hoje, conforme descrito por WOWGIRL (2012). O processo envolveu a tradução de mais de 4 milhões de palavras, superando a soma das traduções para o português das séries "Harry Potter" e "Senhor dos Anéis". Além disso, a dublagem do jogo exigiu extensas horas de estúdio, totalizando mais de 200 horas e a produção de mais de 17 mil arquivos de áudio.

Entretanto, mesmo sendo traduzido e localizado, muitos ainda preferem jogar o jogo no idioma original, mas para muitos foi uma tradução bem vinda que facilitou a jogabilidade e, junto com a dublagem, permitiu uma imersão maior no jogo. Essa tradução/localização garantiu uma visibilidade maior a nossa língua, o que, para o público brasileiro, é sinal de valorização.

5 METODOLOGIA

A metodologia desta pesquisa é exploratória e descritiva adotando uma abordagem qualitativa com fins de entender as dinâmicas e as percepções dos jogadores de "*World of Warcraft*" sobre a influência do jogo em seu conhecimento e interesse pela cultura brasileira.

Para a análise da incorporação foram recuperados, dentro do próprio jogo, elementos representativos da cultura brasileira e para análise realizada nas redes sociais utilizou-se, como forma de pesquisa, os operadores: referência brasileira, localização pt-br e jogo em português. O recorte temporal se deu entre os anos de 2020 e 2023, devido ao aumento no número de jogadores devido a pandemia. A população-alvo é formada por jogadores brasileiros do jogo e a amostra foi coletada de fóruns *online* e grupos dedicados ao jogo para assegurar a diversidade de jogos.

Para a exploração do potencial educativo e do impacto da localização linguística e a contribuição dos jogos para a cultura, os instrumentos de coleta de dados incluem indicadores (Quadro 7) para capturar referências culturais brasileiras no jogo e uma análise de conteúdo para examinar os elementos de "*World of Warcraft*" que representam a cultura brasileira como personagens e cenários. A coleta de dados foi feita digitalmente através de plataformas e comunidades *online* com observação direta do jogo e consulta a fontes secundárias para discussão de suas características e elementos.

A análise dos dados coletados foi realizada de forma descritiva e a análise de conteúdo para a interpretação qualitativa dos significados dos elementos culturais no jogo analisado. Conforme Minayo (2007), a análise temática consiste em um método interpretativo, o qual por intermédio de identificação, análise e descrição de padrões ou temas, possibilita apresentar e organizar os dados sistematicamente, abrangendo três fases:

1) Pré-análise: etapa de organização do material informacional encontrado nos fóruns *online*, *blogs* e comunidades no *Facebook* sobre o jogo "*World of Warcraft*"

2) Exploração do material: momento em que ocorreu a exploração do material localizado na fase de coleta de dados.

3) Tratamento dos resultados: estágio na qual os dados brutos foram trabalhados para sua apresentação por meio de quadros e figuras. O quadro a seguir

demonstra os indicadores adotados para a análise dos resultados.

Quadro 7: Indicadores empregados na análise dos dados

Indicador	Descrição	Metodologia de Aplicação
Representação Cultural	Medir em que medida a cultura, língua e história brasileiras são incorporadas.	Análise de conteúdo e elementos culturais em jogos.
Taxas de Engajamento e Retenção	Avaliar o engajamento dos jogadores por meio de métricas como duração média da sessão e taxas de retenção.	Análise de dados de jogabilidade e <i>feedback</i> dos usuários.
Diversidade e Inclusividade	Avaliar a diversidade de personagens e temas, garantindo a representação de vários aspectos da sociedade brasileira.	Avaliação de personagens, temas e narrativas.

Fonte: Elaboração própria (2023)

Com base no exposto acima, serão apresentados os resultados do estudo, visando-se a compreensão da representatividade da cultura e da literatura brasileira no jogo "*World of Warcraft*". Dentre as limitações da metodologia é preciso observar que a análise temática pode ser entendida como um método subjetivo, podendo ser influenciada por diferentes perspectivas. Todavia, foram tomadas medidas para minimizar esses fatores, dentre elas, a revisão e o refinamento dos temas, buscando validá-los com a revisão da literatura da área.

6 RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa revelam uma imersão cultural significativa no WoW, destacando como a inclusão de elementos da cultura brasileira ressoa com a comunidade de jogadores.

A. Identificação de Referências Culturais

A equipe responsável pela tradução e localização do WoW incluiu diversas referências culturais brasileiras, abrangendo música, literatura, futebol e memes populares. As referências identificadas foram não apenas verbalmente expressas, mas também integradas nos elementos visuais e narrativos do jogo, fortalecendo a

conexão cultural. E é notável o quanto essa representação cultural envolve e agrada os jogadores.

Figura 5: Localização



Fonte: GALLO, Paulo. 19 outubro 2020. Facebook Servidor Azralon - World of Warcraft

Essa localização foi observada em diferentes áreas dentro do jogo. Podem ser encontradas como NPC's, missões (como mostra a Figura 5), conquistas e falas. Dentro do jogo é possível ter acesso a lista de conquistas disponíveis. Há diversas abas que filtram por temas gerais, podendo ser especificadas por expansões (Figura 6). Realizando uma leitura em cada aba, o que vai do interesse do jogador para explorar o jogo, é notável que alguns nomes chamam a atenção.

Figura 6: Conquistas



Fonte: WoW (2023)

“Se eu pudesse, eu matava mil” é um meme brasileiro que viralizou em 2016. “São tantas emoções” e “foguetovia” fazem referências ao cenário musical, respectivamente a Roberto Carlos e Cazuzza. Assim como “Cheiro de pneu queimado” aludindo a Ivete Sangalo. Frase clássica do apresentador Silvio Santos, “quem quer dinheiro?” também está presente nessa localização. Além de uma homenagem ao escritor Guimarães Rosa na conquista “Rosarões Guima: Obras Completas”. Outros exemplos dessa localização presentes em conquistas, em específico remetendo ao cenário musical, serão vistas no quadro a seguir.

Quadro 8: Conquistas musicais

Idioma original	Tradução literal	Tradução em português/br	Artista
Blushing Bride	Noiva corada	Splish splash	Roberto Carlos
Beat the Heat	Vença o calor	Pode vir quente	Roberto Carlos
The Faceroller	Você chega e faz	Martela o martelão	Bonde do Tigrão

Looking For Multitudes	Procurando por multidões	Solidão? Que nada...	Cazuza
It All Really Adds Up	Tudo isso acrescenta	Por você, pra você	Barão Vermelho
Second That Emotion	Segundo aquela emoção	São tantas emoções	Roberto Carlos
Joy Ride	Passeio feliz	Foguetovia, eu quero uma pra correr	Cazuza

Fonte: autoria própria (2023)

A tradução literal não faria diferença alguma para a progressão do jogo. Entretanto, ao se deparar com a conquista “pode vir quente” não há como não complementar com “que eu estou fervendo”. Martela o martelão dando voz ao funk brasileiro, além de tantas outras visíveis aos jogadores.

Há também os NPC's como Tati Quebra-catraca (Tati quebra-barraco), Falcão Joiado (Falcão), King Maia <O Síndico das Almas> (Tim Maia) e Fre'jatt (Frejat). Ou seja, isso provoca ao jogador uma nostalgia e curiosidade em relação ao que mais poderá ser descoberto. O que também contribui para um engajamento dentre os jogadores que compartilham tais descobertas a fim de desbravar cada vez mais o game.

O quadro a seguir mostra as falas de alguns NPC's fazendo o comparativo entre o idioma original e sua tradução literal e como ela foi convertida para o português.

Quadro 9: Falas de NPC

Idioma original	Tradução literal	Tradução português
I told you to leave me alone...	Eu disse para você me deixar em paz...	Ai, tô todo lenhado!
My bark is worse than my bite.	Meu latido é pior que minha mordida	Toma cuidado que sou madeira fora-da-lei.
Express, coming through	Expresso, passando	Ói, ói o trem
Send 'er on down the line	Mande-o para baixo da linha	Quem vai ficar? Quem vai partir?
The sergeant of shell shock	O sargento do choque	O cascudo no cocuruto do capiroto
Ludwig goes down! What a	Ludwig vai ao chão! Que	Ludovico beija o chão! Mas

fight! These smelly buccaneers are resilient, and they better be	luta! Estes bucaneiros malcheirosos são resistentes, e é bom que sejam	que luta, minha gente! Esses bucaneiros fedorentos não são flor que se cheire
--	--	---

Fonte: A autoria própria (2023)

Essas falas são ouvidas dentro do jogo, estimulando assim outros sentidos. E muitas são apresentadas com diferentes sotaques, garantindo uma hilaridade ao ouvir um boss, um monstro gigante que tu precisa vencer para avançar, proferindo leveza numa linguagem coloquial tão abraçada pelos brasileiros.

B. Tradução e Localização

A tradução do jogo não se limitou à mera conversão linguística; envolveu uma cuidadosa localização, adaptando o conteúdo para refletir a língua e os elementos culturais brasileiros. Isso incluiu a adaptação de nomes de NPC's, missões e conquistas para refletir personalidades, eventos e expressões culturais brasileiras. Por exemplo, a missão "Green Hills of Stranglethorn" foi traduzida como "Grande Espinhaço: Veredas", fazendo uma clara referência ao livro "Grande Sertão: Veredas", uma obra icônica da literatura brasileira.

O idioma original do jogo é o inglês, mas nem todos os jogadores o compreendem e também podem não estar familiarizados com a obra do escritor norte-americano Ernest Hemingway, por exemplo, mas com Guimarães Rosa, sim, uma vez que este é um expoente da literatura modernista brasileira. Então traduzir este nome para um dos grandes autores do nosso país é, sem dúvida, significativo para a comunidade.

Por intermédio de publicações no *blog* Wowgirl foi possível identificar diversas referências relacionadas a NPC's e pelo site Wowhead, considerado por muitos como a bíblia do WoW, é possível ter acesso ao nome do NPC no idioma original. Nota-se que diversos autores importantes para a cultura americana são retratados, mas para o Brasil isso não teria o mesmo impacto. Através dos comentários em inglês e português, no site, foi possível relacionar cada NPC e suas respectivas traduções, demonstrando a questão da diversidade e inclusividade, conforme o quadro a seguir.

Quadro 10: Personagens da Literatura

NPC - Idioma original	Autor/Referência de livros	NPC - Tradução em português/br	Autor/Referência de livros
Hemet Nesingwary	Ernest Hemingway	Rosarães Guima	Guimarães Rosa
Sir S. J. Erlgadin	J.D. Salinger	Raciliano Gramos	Graciliano Ramos
Ajeck Rouack	Jack Kerouac	Merília Ceireles	Cecília Meireles
Barnil Stonepot	Charles Dickens	Eucunha de Clides	Euclides da Cunha
The Green Hills of Stranglethorn	Green Hills of Africa de Ernest Hemingway	Grande Espinhaço: Veredas	Grande Sertão: Veredas de Guimarães Rosa
Carolyn Ward	The Case of Charles Dexter de H.P. Lovecraft	Capitolina Casmurro	Dom Casmurro de Machado de Assis
Miles Dexter	The Case of Charles Dexter de H.P. Lovecraft	Ezequiel Escobar	Dom Casmurro de Machado de Assis
Gregory Charles	The Case of Charles Dexter de H.P. Lovecraft	Bento Santiago	Dom Casmurro de Machado de Assis

Fonte: Autoria própria (2023)

Ernest Hemingway, assim como H.P. Lovecraft, não são autores popularmente conhecidos no Brasil, então tais personagens poderiam ser ignorados por não provocar nenhum tipo de reação, mas encontrar Guimarães Rosa como Rosarães Guima e perceber que ao seu redor encontram-se outros grandes nomes da nossa literatura como Graciliano Ramos e Cecília Meireles desperta o interesse nestes *easter eggs*. Além de viajar pela Cidade Baixa e encontrar três dos maiores personagens que geram discussões até os dias de hoje, Capitu, Bentinho e Escobar.

O que muda a maneira como o jogo é visto é o fato dele não ter sido apenas traduzido, mas sim localizado, permitindo assim, a adaptação para a língua local utilizando-se trejeitos, sotaques, personalidades, dentre tantos outros elementos conhecidos pelos brasileiros.

C. Engajamento da Comunidade

A análise dos grupos no *Facebook* dedicados ao WoW, como 'World of Warcraft Brasil' e 'Servidor Azralon - World of Warcraft', mostrou um engajamento notável dos

jogadores. Dados quantitativos extraídos destes fóruns indicam que postagens relacionadas a referências culturais brasileiras no jogo geraram um aumento em interações (curtidas e comentários) comparado a tópicos genéricos sobre o jogo. Isso sugere que a localização do conteúdo para incluir aspectos culturais específicos do Brasil tem um impacto positivo significativo na participação e interesse da comunidade.

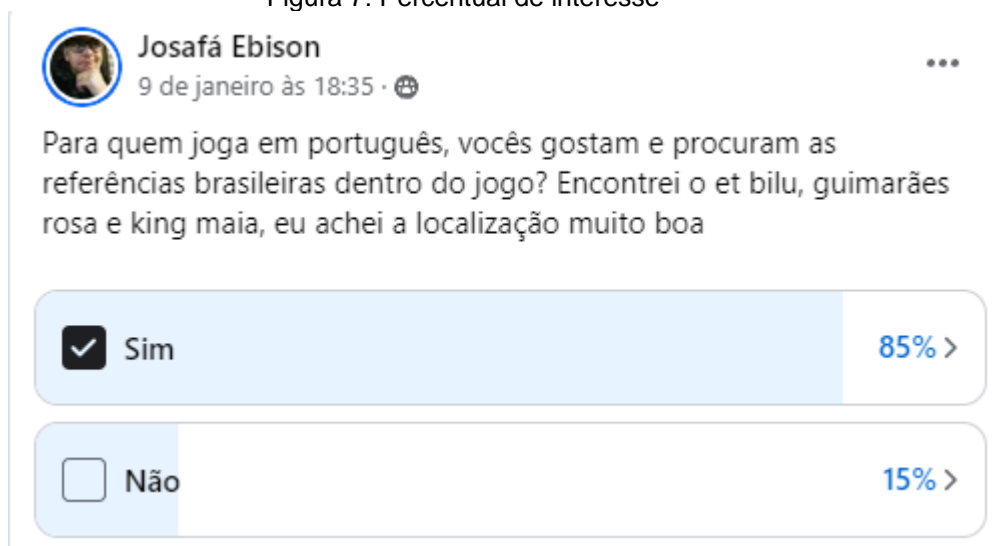
Por se tratarem de comunidades em redes sociais, o fluxo de postagens é constante e nem sempre todas as publicações terão uma visibilidade devido ao rápido acúmulo de informação. Há diversos grupos no *Facebook* centrados no WoW, porém foram analisadas as publicações do grupo ‘World of Warcraft Brasil’, devido ao maior número de membros, contando atualmente com 57 mil. E do ‘Servidor Azralon - World of Warcraft’ por ser o principal servidor do Brasil, atualmente com 33,1 mil membros.

Foram utilizados, como forma de pesquisa, os operadores: referência brasileira, localização pt-br e jogo em português. O recorte temporal se deu entre os anos de 2020 e 2023, devido ao aumento no número de jogadores devido a pandemia, e nessa linha do tempo foram recuperadas 16 publicações, lembrando que o *Facebook* não utiliza *tags*, sendo assim um empecilho para a precisão do retorno. Apenas essas 16 publicações obtiveram, no total, 1159 curtidas, além dos 426 comentários, gerando uma média inteira de 72 curtidas e 27 comentários por publicação. Isso demonstra que mesmo estando em meio a uma chuva de postagens, elas obtiveram visibilidade suficiente para envolver as pessoas e conectá-las sobre esse assunto de interesse comum.

D. Recepção e Interpretação dos Jogadores

Jogadores brasileiros expressaram apreciação e orgulho pelas referências culturais incorporadas. Em enquete online realizada em fóruns e grupos de discussão, cerca de 85% dos participantes brasileiros afirmaram que a localização cultural aumentou sua imersão e conexão com o jogo. Comentários em redes sociais e fóruns ilustram como essas referências estimulam a curiosidade e a nostalgia, além de promoverem discussões sobre aspectos da cultura brasileira.

Figura 7: Percentual de interesse



Fonte: EBISON, Josafá. 9 janeiro 2024. Facebook World of Warcraft Brasil

Até a presente data, 91 pessoas responderam a esta enquete (Figura 7), além dos 12 comentários acerca de referências encontradas por eles. Referências como o gato Januário, Gretchen Saifaísca, Galvão Filmaeu, Raul Seixas e Chupacabras.

Há diversas publicações sobre as referências encontradas dentro do jogo, e para um game que foi traduzido em 2011 até os dias de hoje isso desperta interesse da comunidade (Figuras 8 e 9).

Figura 8: Interesse da comunidade



Fonte: MARTINS, Drielle. 16 julho 2023. Facebook World of Warcraft Brasil

Isso suscita, cada vez mais, a busca por referências que possam estar dentro do jogo e a corrente entre exploradores para encontrá-las, pois através de uma postagem é notório que cada pessoa ao se deparar com algo assim, procura outras pessoas para comparar e saber se há mais, sendo que dentro do Wow há uma gama de oportunidades.

Figura 9: Referência a memes



Fonte: MONOSHACO, Luciano. 27 fevereiro 2022. Facebook Servidor Azralon - World of Warcraft

A demora na tradução pode ter influenciado na questão de muitos jogadores ainda jogarem em inglês, seja por hábito, costume ou aprendizado da língua. Porém para entender as piadas e referências deve-se estar consciente da cultura americana além do domínio da própria língua.

Sou novo e quando comecei a jogar estava em Inglês, eu nem prestava muita atenção nas falas até pq meu inglês é bem básico, até o dia que descobri nas cfg que existia dublagem, coloquei e logo no primeiro npc que apertei que é uma Ogra ela me solta " E aiiii, tu não é gay não né?" Mano do céu eu nunca ri tanto na minha vida com um jogo kkkkkkkkk (COMENTÁRIOS, 2023)

Para os brasileiros, jogar em português é gritante e prazeroso quando esbarra em algo que faz parte do seu conhecimento.

Quem mais acho que WoW em português é mais de 8000% melhor do que em inglês? Eu sempre joguei as coisas em inglês pra estar sempre praticando leitura e escuta da língua, mas desde que comecei a jogar WoW em português eu não consigo largar mais ♥ Coisas como o sotaque dos trolls e dos anões, os memes e piadas regionais, nomes de NPCs fazem o meu dia sempre que estou fazendo quests e prestando atenção nas coisas 😊 (COMENTÁRIOS, 2020)

Existem diversas falas dentro do jogo que divertem os jogadores, seja por referenciar algo, usar sotaques do nosso país ou apenas pela piada, mesmo. Portanto, não são apenas exploradores que se deparam, mas conquistadores também, pois não está restrito a um conteúdo.

Gosto muito da masmorra Bosque Corenegro. A árvore:
"Toma cuidado que sou madeira fora-da-lei" "Ahhh, tô todo lenhado"

A tradução brasileira é ótima! Tem várias citações da literatura clássica, músicas (ói, ói o trem), partes de livros ("cansei de ficar coletando reagentes para esse louco do Bacamarte ((O alienista - Machado de Assis)). (COMENTÁRIOS, 2023)

Isso demonstra que além da leitura, a audição também é estimulada. Pois dentro de uma masmorra, um conteúdo mais *hardcore* dentro do jogo, o tempo é essencial. Então essas falas podendo ser ouvidas agrega leveza e divertimento para todos.

"VENHAM TODOS! VAI COMEÇAR UM SHOW DE VIOLÊNCIA GRATUITA! Eles vem de terras desconhecidas, o perigosos, os desgranhados, O BANDO DE BUCANEIROS FEDORENTOS! E agora entrando no ringue! O INCRÍVEL, O ESTUPENDO, O MAGNIFICO! Um-m.. eh.. serio mesmo? "Um porco besuntado"? Acho isso um tanto caído, nada profissional, mas enfim. QUEM PEGAR O PORCO, VENCE!! (COMENTÁRIOS, 2023)

Sendo assim, a representação cultural é bastante diversificada. O WoW estar em português facilita o entendimento do jogo para o público brasileiro, pois se encontra em sua língua nativa, assim como as alusões em diversas áreas da nossa cultura, como literatura, música, memes, personalidades, dentre tantos outros pontos. Não é possível determinar uma duração média de sessão, pois é particular para cada sujeito o tempo dedicado, assim como a quantidade de jogadores atualmente ativa, mas levando em consideração a quantidade de membros nas redes sociais, pode-se afirmar que se encontra na casa dos milhares, entretanto o engajamento observado nas publicações do *Facebook* demonstra um índice relevante de participação. A diversidade e inclusividade é vista na localização realizada, pois a tradução englobou diversos aspectos brasileiros em um jogo estrangeiro.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar a cultura *gamer* no Brasil foi possível observar que os jogos tendem a cativar um número cada vez maior de pessoas, aumentando assim a visibilidade e importância tanto dos jogos como dos seus jogadores.

No presente estudo foi abordado a inserção dos games na cultura brasileira e sua desmistificação o reconhecendo como fonte de conhecimento e informação. Os jogos fazem parte da vida dos brasileiros e, como tal, fazem parte de sua cultura.

WoW é um jogo estrangeiro que foi febre ao chegar no Brasil. Ele está no mercado há 19 anos e segue sendo uma referência constante para o estilo MMORPG. Não sendo um jogo rígido, mas com um fluxo de predileções abrangentes, ele conseguiu conquistar seu público alvo através da liberdade que proporciona.

Muitos são os jogos neste estilo que chegaram ao Brasil, porém poucos são aqueles que foram traduzidos. WoW chegou ao País em inglês e após sete anos desde o seu lançamento, devido ao crescente número de usuários, ganhou sua tradução para o português. Tradução essa que buscou abraçar a cultura do País ao inserir elementos de seu conhecimento, ao invés de se ater à fidelidade da tradução. Um ato que garantiu o apreço dos jogadores brasileiros ao jogo. Fato este que incentivou a leitura do game, pois estando em nossa língua nativa foi possível compreender o que estava sendo dito naquele universo.

Os jogos se inseriram na sociedade de maneira que não pode mais ser ignorado ou depreciado. Eles fazem parte da vida de milhares de pessoas e, conforme pesquisa apresentada neste trabalho, corresponde a 70,1% dos participantes entrevistados, isso nos diz que 7 em cada 10 brasileiros jogam e eles não devem ser generalizados como “viciados” ou “povo sem cultura”.

Há sempre um comparativo entre culturas. Aquele que escuta Bossa Nova é mais culto comparado a quem ouve *Funk*. Leitores de obras clássicas são mais intelectuais dos que preferem ler *best-sellers*. E as pessoas que jogam são apenas isso, jogadores, pessoas que perdem tempo num jogo quando poderiam estar fazendo “algo melhor da vida”. Mas não é assim. Jogadores são pessoas que encontraram no jogo um escape do que os aflige, que buscam divertimento e satisfação. Que se frustram, dão a volta por cima, se identificam, conhecem pessoas e abstraem de todos os problemas que estão fora daquele reino mágico.

A cultura brasileira estando incorporada no jogo faz com que os jogadores se interessem pelos tesouros do próprio país. Eles se apropriam desse conhecimento e compartilham com o próximo, dando a sensação de nostalgia e satisfação ao ver algo conhecido sendo destacado. A análise dessa incorporação mostrou que diversos segmentos foram inseridos dentro do jogo, literatura, música, celebridades e até memes e o quanto isso foi impactante para seus jogadores brasileiros, pois é visível o engajamento que isso proporcionou entre eles.

Os jogos, como afirmado anteriormente, não podem mais ser ignorados ou depreciados, mas sim visto como recurso. Como potencial educativo é possível afirmar que as *quests* são um incentivo à leitura, a procura por conquistas e o jeito de solucioná-las é um incentivo a pesquisa. A história do jogo exerce influência no pensamento crítico. Dentre tantos outros elementos vivenciados na vida virtual que causam impacto na realidade.

O jogo é baseado em leitura e interpretação, ou seja, não há como avançar no jogo sem o ler. A procura por conquistas e suas soluções são um incentivo a pesquisa, porém acrescenta-se o foco e concentração. Para atingir um objetivo o jogador precisa estar focado naquela tarefa e, mesmo assim, precisa encontrar meios para resolvê-la, incentivando-o a pesquisar e encontrar soluções, seja em *sites* ou fóruns, que o orientem do início ao fim.

O pensamento crítico é desenvolvido através do conhecimento da narrativa. A base do jogo é um conflito entre facções opostas, mas cada facção possui sua história, seus heróis e seus vilões. Não há como escolher um lado sem entender esse lado. Muitas são as discussões intelectuais envolvendo as histórias do WoW, onde a compreensão pessoal de cada um pode ser ouvida. Cada pessoa defende seu lado com fatos e argumentos baseado em seu entendimento, inclusive pessoas que escolheram o mesmo lado podem possuir opiniões divergentes.

Uma grande pergunta da literatura brasileira é se Capitu traiu ou não Bentinho. Porém, para os jogadores essa reflexão pode não ter o mesmo impacto se comparada às questões a respeito da narrativa do WoW. O destino de Sylvannas foi merecido? Anduin não deveria ser punido por ter sucumbido ao controle do Carcereiro? Ysera tinha que ser morta para defender Malfurion? Quem foi o maior chefe-guerreiro da Horda? Essas são questões importantes para os entusiastas das histórias do WoW, mas que para os leitores de Machado de Assis podem ser insignificantes. E são essas peculiaridades que garantem a pluralidade cultural brasileira.

Os jogos contribuem para a sociedade no sentido que boa parte da população se encontra inserida no mundo dos *games*. Toda uma cultura se desenvolveu a partir disso. Os jogos possuem o poder de ligar pessoas, alegrá-las, motivarem-nas. E isso não fica restrito ao mundo do jogo, a gamificação surge como ferramenta que leva os elementos vivenciados *in game* para o mundo real. É entender que os elementos contidos num jogo podem ser usados em diversos segmentos da nossa sociedade, modificando atividades rotineiras, que muitas vezes podem se tornar repetitivas e chatas, em algo lúdico e estimulante.

A cultura *gamer* está presente em nosso País e deve ser reconhecida. Uma cultura não anula a outra, a diferença entre elas é o meio ao qual está inserida. E, com o avanço cada vez maior da tecnologia, o WoW prova que elas podem se unir em prol de algo bem maior.

REFERÊNCIAS

A NOVA rainha de azeroth!, 2019. 1 vídeo (15 min). Publicado pelo canal Alanzoka. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yzCJdQhimh4>. Acesso em: 26 dez. 2023.

ALVES, Lynn Rosalina Gama; MINHO, Marcelle Rose da Silva; DINIZ, Marcelo Vera Cruz. Gamificação: diálogos com a educação. *In*: FADEL, Luciane Maria; ULBRICHT, Vania Ribas; BATISTA, Claudia Regina; VANZIN, Tarcísio. **Gamificação na educação**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014. p. 76.

ANTUNES, Celso. **Jogos para a estimulação das múltiplas inteligências**. 20 ed. Petrópolis: Vozes, 2014. 312 p.

ARAUJO, Elaine Vasquez Ferreira de; VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa. Sociedade conectada: tecnologia, cidadania e infoinclusão. *In*: ARAUJO, Elaine Vasquez Ferreira de; VILAÇA, Márcio Luiz Corrêa (org). **Tecnologia, Sociedade e Educação na Era Digital**. Duque de Caxias, RJ: UNIGRANRIO, 2016.

BARTLE, Richard. **Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit muds**. 1997. Disponível em: https://scholar.google.co.uk/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ZKvoljcAAAAJ&citation_for_view=ZKvoljcAAAAJ:u-x6o8ySG0sC. Acesso em: 17 nov. 2023.

BARWICK, J.; DEARNLEY, J.; MUIR, A. Playing games with cultural heritage: a comparative case study analysis of the current status of digital game preservation. *In*: **Games and Culture**, 2011. Disponível em: https://repository.lboro.ac.uk/articles/journal_contribution/Playing_games_with_cultural_heritage_a_comparative_case_study_analysis_of_the_current_status_of_digital_game_preservation/9413936. Acesso em: 3 jan. 2024.

BEZERRA, Juliana. Origem do Funk. *In*: **Toda Matéria**. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/origem-do-funk/>. Acesso em: 9 jan. 2024.
BOAS, Franz. **The Mind of Primitive Man**. New York: The Macmillan Company, 1911.

BLIZZARD. Linha do tempo de Warcraft. [S. l.: s.n.], c2023. Disponível em: <https://us.forums.blizzard.com/pt/wow/>. Acesso em: 12 dez. 2023.

BRAZIL, André Luiz; ALBAGLI, Sarita. **Usos Da "Gamificação" Na Produção Colaborativa De Informação E Conhecimento**. Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/190231>. Acesso em: 14 dez. 2023.

BROOKHAVEN NATIONAL LABORATORY. **O primeiro videogame?**. Upton, NY: BNL, c2023. Disponível em: <https://www.bnl.gov/about/history/firstvideo.php>. Acesso em: 8 nov. 2023.

BGS. **Sobre**. [S. l.: s. n.], c2023. Disponível em: <https://www.brasilgameshow.com.br/sobre/>. Acesso em: 26 dez. 2023.

BUSARELLO, Raul Inácio. **Gamification**: princípios e estratégias. São Paulo: Pimenta Cultural, 2016.

CAETANO, Mayara Araujo; LIMA, Edirlei Soares de. A Importância da Customização de Personagens na Narrativa de Jogos Digitais. *In*: XI SBGAMES. **Anais do Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital**. Brasília, DF, 2012. p. 243-246. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sbgames2012/proceedings/pt/artedesign.html>. Acesso em: 14 dez. 2023.

CATIVELLI, Adriana Stefani; MONSANI, Diego; JULIANI, Jordan Paulesky. Gamificação em bibliotecas: despertando a motivação nos usuários. *In*: **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**. v. 21, n. 45, p. 70-81, jan./abr., 2016.

CBGE. **A CBGE**. [S. l.: s. n.], c2023. Disponível em: <https://cbge.com.br>. Acesso em: 20 fev. 2024.

COELHO, Layane Moises. A cultural da favela como ferramenta de transformação social. Rio de Janeiro, 28 ago. 2018. *In*: **Voz das comunidades**. Disponível em: <https://www.vozdascomunidades.com.br/geral/31826/>. Acesso em: 9 jan. 2024.

COMENTÁRIOS. *In*: LAVRATTI, Renan. Cite uma narração melhor que o ringue da angra do facão e falhe miseravelmente. 3 agosto 2023. 1 fotografia. Facebook: World of Warcraft Brasil. Disponível em: https://www.facebook.com/groups/169157966508382/?multi_permaLinks=6387271474696969&ref=share. Acesso em: 24 nov. 2023.

COMENTÁRIOS. *In*: GRASEL, Andrio. Eu sempre fui um cara que simplesmente pegava quest e ia fazer durante o up... 22 setembro 2020. 2 fotografias. Facebook: World of Warcraft Brasil. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/worldofwarcraftbrasil/permalink/3282826155141532/>. Acesso em: 24 nov. 2023.

COMPAGNON, Antoine. **O demônio da teoria**: literatura e senso comum. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

COUTO, P. V.; MATSUGUMA, R. V. Videogames como meio de transmissão de cultura, **XI SBGames**, Brasília, p. 147-150, 2012. Disponível em: https://www.sbgames.org/sbgames2012/proceedings/papers/cultura/C_S6.pdf. Acesso em: 3 jan. 2024.

DAMATTA, Roberto Augusto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2007. p.15.

HUNICKE, Robin; LEBLANC, Marc; ZUBEK, Robert. **MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research**. p. 3. Disponível em: <https://users.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>. Acesso em: 12 dez. 2023.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: ALEPH, 2006.

KAPP, Karl M.. **The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education**. Pfeiffer, 2012. p. 10.

KIRCHOFF, Edgar Roberto. Como ler os textos literários na era da cultura digital? *In: Estudos de Literatura Brasileira Contemporânea*. Brasília, DF: [s.n.], 2016. v. 47, p. 203-228. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2316-40184710>. Acesso em: 02 jan. 2024.

LOPES, Luana Monique Delgado; *et al.* Jogos digitais como recurso de incentivo à leitura: uma revisão sistemática. *In: Revista Novas Tecnologias na Educação*, Porto Alegre, v. 15, n. 2, 2017. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/renote/article/view/79241>. Acesso em: 6 jan. 2024.

MANGIRON, C; O'HAGAN, M. **Game Localization: translating for the global digital entertainment industry**. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2013.

MANOVICH, Lev. **The Language of New Media**. Cambridge: MIT Press, 2001.

MATTAR, João. **Games em educação: como os nativos digitais aprendem**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**. Rio de Janeiro: Best Seller, 2012. p. 177.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento**. Pesquisa qualitativa em saúde. São Paulo: HUCITEC, 2007.

NEWZOO. **Top countries and markets by video game revenues**. [S. l.: s. n.], c2023. Disponível em: <https://newzoo.com/resources/rankings/top-10-countries-by-game-revenues>. Acesso em: 26 dez. 2023.

OLIVEIRA, Claudio Luiz. A importância da tradução: reflexões sobre o papel do tradutor. *In: Revista Communitas: se ninguém te ouviu: escreva!*, v.1, n.1, (Jan-Jun) 2017. p. 351-356. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/COMMUNITAS/article/view/1109>. Acesso em: 02 jan. 2024.

OSTERMANN, Fernando; CAVALCANTI, Cláudio José de Holanda. **Teorias de Aprendizagem**. Porto Alegre: Evangraf, UFRGS, 2011. 58 p.

PESQUISA Game Brasil 2023. 10 ed. São Paulo: [s. n.], 2023. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pt/e-books/>. Acesso em: 15 nov. 2023.

RAMOS, Daniela Karine; PIMENTEL, Fernando Silvio Cavalcante. Cognição, Aprendizagem e Jogos digitais. *In*: PIMENTEL, Fernando Silvio Cavalcante (org.). **Aprendizagem baseada em jogos digitais: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Business Graphics Editora, 2021. p. 13-27.

RIBEIRO, M. A.; ALMEIDA JÚNIOR, O. F. de. Da mediação à apropriação da informação: um olhar para o usuário da informação. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, [S. l.], v. 18, n. 2, p. 1–17, 2022. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1825>. Acesso em: 3 jan. 2024.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006. 100 p. (Coleção Primeiros Passos)

SBGAMES. **Sobre o SBGames**. [S. l.: s. n.], c2023. Disponível em: <https://www.sbgames.org/sobre-o-sbgames/>. Acesso em: 26 dez. 2023.

SERVIDOR Azralon - World of Warcraft. Página do Facebook, administrado por Diego Morgado, 21 nov. 2012. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/azralon>. Acesso em: 24 nov. 2023.

SILVA, Frederico Augusto Barbosa da. As práticas de leitura no Brasil. *In*: SILVA, Frederico Augusto Barbosa da (org.); WALCZAK, Irmina Anna; SÁ, Juliana Veloso; GHEZZI, Daniela Ribas Ghezzi. **Patrimônios de práticas na cultura brasileira**. Rio de Janeiro: IPEA, 2019. 77-108 p.

TRINDADE, E.A. **Conversas com tradutores: balanços e perspectivas da tradução**. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

WERBACH, K.; HUNTER, D. **For the Win: how game thinking can revolutionize your business**. Philadelphia: Wharton Digital Press, 2012. p. 77-81.

WORLD of Warcraft. 10.2. América: Blizzard Entertainment, 2004. jogo eletrônico.

WORLD of Warcraft Brasil. Página do Facebook, administrado por Ariane Müller Brignol, Sess Sama, Claudionor Leite Canuto, 27 out. 2011. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/worldofwarcraftbrasil>. Acesso em: 24 nov. 2023.

WOWGIRL. **1 ano de World of Warcraft no Brasil**. Disponível em: <https://www.wowgirl.com.br/2012/12/06/1-ano-de-world-of-warcraft-no-brasil/>. Acesso em: 02 jan. 2024.